

аналитика
лэси

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Лаборатория
экономико-
социологических
исследований

аналитика ЛЭСИ

Серия основана в 2008 г.

Ответственный редактор серии
В.В. Радаев



Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва 2015

Лаборатория
экономико-
социологических
исследований

аналитика ЛЭСИ

Выпуск 16

Д.О. Стребков
А.В. Шевчук
М.О. Спирина

РАЗВИТИЕ РУССКОЯЗЫЧНОГО РЫНКА УДАЛЕННОЙ РАБОТЫ, 2009–2014 гг.

(по результатам
Переписи
фрилансеров)



Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва 2015

УДК 303.6
ББК 65.24в7
С84

*Исследование осуществлено в рамках
Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2014 г.:
проект ТЗ-156 «Мониторинг рынка удаленной работы —
масштабный количественный онлайн-опрос
независимых профессионалов (фрилансеров) и заказчиков их услуг»*

Авторский коллектив:
старший научный сотрудник
Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ,
кандидат социологических наук *Д.О. Стребков*;
старший научный сотрудник Лаборатории
экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ,
кандидат экономических наук *А.В. Шевчук*;
стажер-исследователь Лаборатории экономико-социологических
исследований НИУ ВШЭ *М.О. Спирина*

Рецензент:
доктор экономических наук, профессор *А.Ю. Чепуренко*

Стребков, Д. О., Шевчук А. В., Спирина, М. О.

С84 Развитие русскоязычного рынка удаленной работы, 2009—
2014 гг. (по результатам Переписи фрилансеров) [Текст] /
Стребков Д. О., Шевчук А. В., Спирина М. О. ; отв. ред.
сер. В. В. Радаев ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа эконо-
мики» ; Лаб. экон.-социол. исслед. — М. : Изд. дом Высшей
школы экономики, 2015. — 225, [1] с. — 300 экз. — (Аналити-
ка ЛЭСИ. Вып. 16). — ISBN 978-5-7598-1336-1 (в обл.).

УДК 303.6
ББК 65.24в7

ISBN 978-5-7598-1336-1

© Лаборатория экономико-социологических
исследований НИУ ВШЭ, 2015

© Оформление. Издательский дом
Высшей школы экономики, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Общая характеристика исследования	9
1. К определению понятий	
«фриланс» и «фрилансер»	18
1.1. Многообразие терминов	18
1.2. Самостоятельная занятость.....	20
1.3. Трудовая автономия	23
1.4. Профессиональный труд.....	30
1.5. Электронный фриланс	32
2. Рынки удаленной работы:	
история и тенденции развития	38
2.1. Глобальные биржи удаленной работы.....	39
2.2. Русскоязычный рынок удаленной работы	43
2.2.1. <i>История развития онлайн-бирж в России.....</i>	<i>43</i>
2.2.2. <i>Обзор русскоязычных бирж</i>	
<i>удаленной работы</i>	<i>45</i>
2.2.3. <i>Основные параметры русскоязычных бирж</i>	
<i>удаленной работы</i>	<i>50</i>
2.2.4. <i>Основные институты русскоязычных бирж</i>	
<i>удаленной работы</i>	<i>53</i>
3. Обзор эмпирических исследований	57
3.1. Исследования фрилансеров	57
3.1.1. <i>Качественные исследования фрилансеров</i>	<i>58</i>
3.1.2. <i>Количественные исследования фрилансеров</i>	<i>59</i>
3.1.3. <i>Исследования фрилансеров</i>	
<i>в смешанной методологии</i>	<i>61</i>
3.2. Исследования рынков удаленной работы	65

4. Перепись фрилансеров: методология и методика исследования	72
4.1. Обоснование метода.....	72
4.2. Организация опроса.....	77
4.3. Выделение целевой группы.....	84
4.4. Оценка репрезентативности.....	89
4.5. Дополнительные возможности и преимущества онлайн-опросов.....	93
5. Результаты Переписи фрилансеров	98
5.1. Место жительства.....	98
5.1.1. <i>Страна проживания</i>	98
5.1.2. <i>Регион проживания (для жителей России)</i>	99
5.2. Социально-демографические характеристики.....	104
5.2.1. <i>Пол</i>	104
5.2.2. <i>Возраст</i>	105
5.2.3. <i>Семейное положение</i>	107
5.3. Образовательно-профессиональные характеристики.....	109
5.3.1. <i>Уровень образования</i>	109
5.3.2. <i>Сфера образования</i>	111
5.3.3. <i>Профессия (специализация фрилансера)</i>	113
5.3.4. <i>Образовательно-профессиональные несоответствия</i>	115
5.3.5. <i>Самооценка профессионального мастерства</i>	116
5.4. Типы занятости и трудовые траектории.....	118
5.4.1. <i>Общий трудовой стаж</i>	118
5.4.2. <i>Опыт работы в штате</i>	119
5.4.3. <i>Стаж работы фрилансером</i>	119
5.4.4. <i>Типы занятости</i>	121

5.4.5. Социально-профессиональные характеристики по типам занятости	122
5.4.6. Карьерные планы	125
5.5. Трудовые ценности и мотивация	127
5.5.1. Трудовые ценности	127
5.5.2. Причины выбора карьеры фрилансера	133
5.5.3. Преимущества фриланса	136
5.5.4. Недостатки фриланса	140
5.6. Организация трудовой деятельности	145
5.6.1. Место работы	145
5.6.2. Продолжительность рабочей недели	147
5.6.3. Рабочее время в течение суток	150
5.6.4. Готовность работать больше	153
5.6.5. Самоорганизация рабочего времени	154
5.7. Отношения фрилансеров с заказчиками	157
5.7.1. Географическое местоположение заказчиков	157
5.7.2. Количество заказчиков в течение последнего года	158
5.7.3. Количество проектов в течение последнего года	160
5.7.4. Способы поиска заказчиков	161
5.7.5. Важные характеристики заказчика	166
5.7.6. Каналы коммуникации с заказчиками	169
5.7.7. Формы закрепления договоренностей с заказчиками	171
5.7.8. Проблемы с заказчиками	173
5.7.9. Способы решения проблем с заказчиками	174
5.8. Уровень благосостояния и социальное самочувствие	177
5.8.1. Доходы	177
5.8.2. Колебания доходов	183

5.8.3. Учет доходов и расходов	184
5.8.4. Усталость от работы.....	185
5.8.5. Удовлетворенность различными сторонами работы и жизни	186
5.8.6. Благополучие и удовлетворенность по типам занятости	188
Заключение	192
Литература	196
Приложения	209
1. Анкета мониторингового исследования «Перепись фрилансеров — 2014».....	209
2. Типичные специализации «электронных» фрилансеров (по данным сайта FL.ru на февраль 2014 г.)	223

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Настоящая монография представляет собой результат коллективного исследовательского проекта ТЗ-156 «Мониторинг рынка удаленной работы — масштабный количественный онлайн-опрос независимых профессионалов (фрилансеров) и заказчиков их услуг», который реализовала Лаборатория экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2014 г. Ниже представлены общая характеристика и основные результаты данного исследования.

Постановка проблемы

Самостоятельная занятость представляет собой отдельную форму хозяйственной деятельности в рыночной экономике, имеющую важные хозяйственные и социальные функции. Самозанятость является своеобразным буфером в период экономических кризисов, позволяя людям реализовать свой трудовой потенциал в сложных жизненных обстоятельствах. В то же время самозанятость выступает как школа предпринимательства и кузница предпринимательских кадров, подпитывая малый бизнес. Наконец, самозанятость представляет собой не только форму хозяйственной деятельности, но и определенную культуру и стиль жизни, основанные на ценностях трудовой автономии и независимости [Пинк 2005]. В современной постиндустриальной (информационной) экономике повышается роль высококвалифицированного сегмента самозанятости, представленного независимыми профессионалами — фрилансерами. Целый пласт популярной литературы призывает навсегда отказаться от «офисного рабства», раскрывая подобную

жизненную философию через истории успеха и специализируясь на практических советах начинающим фрилансерам [Антропов 2007; Бубнов 2008; Зелински 2007; Мурадова 2007]. В последние десятилетия за рубежом активно развиваются научные исследования профессиональной самозанятости: публикуются монографии [Barley, Kunda 2004; Osnowitz 2010] и статьи в ведущих научных журналах [Dex et al. 2000; Evans, Kunda, Barley 2004; O'Mahony, Bechky 2006; Storey, Salaman, Platman 2005]. Особого внимания заслуживает феномен «электронной самозанятости» профессионалов, преимущественно работающих удаленно [Aguinis, Lawal 2013; Leung 2014; Malone, Laubacher 1998]. С конца 1990-х годов динамично развиваются рынки удаленной работы, функционирующие в интернет-пространстве и связывающие фрилансеров и заказчиков со всего мира [Agrawal et al. 2013; Horton 2010]. Эти рынки аккумулируют значительный человеческий капитал и усиливают взаимозависимость в мировой экономике на основе «виртуальной миграции».

В современной России уровень самозанятости — один из самых низких в мире: примерно в 2 раза ниже, чем в большинстве развитых стран, а разрыв со многими развивающимися странами — еще больше [Вишневская 2013]. Инновационный потенциал российской самозанятости также оставляет желать лучшего, так как самозанятые в основном сосредоточены в традиционных отраслях и малоквалифицированных видах деятельности. Тем не менее в России быстрыми темпами растет число самозанятых профессионалов, в том числе тех, кто активно использует в работе информационно-коммуникационные технологии и работает удаленно через Интернет. Достаточно сказать, что на крупнейшей русскоязычной бирже удаленной работы FL.ru зарегистрировано более 1,5 млн пользователей. Электронная самозанятость является перспективной формой трудовой деятельности, способствующей мобилизации творческого, инновационного и предпринимательского потенциала работников — качеств дефицитных на российском рынке труда [Стребков, Шевчук 2010, 2011]. Особо стоит отметить, что привлечение высококвалифицированных русскоязыч-

ных работников из-за рубежа на условиях «виртуальной миграции» также вносит положительный вклад в развитие российской экономики.

Изучение развития электронной самозанятости и рынков удаленной работы представляется актуальной научной задачей как для отечественной, так и для мировой науки, при том что в настоящее время в этой области существуют исследовательские лакуны. Во-первых, большинство исследований выполнено в качественной методологии, что не позволяет оценить исследуемый феномен количественно, а также выявлять взаимосвязи переменных [Barley, Kunda 2004; Fraser, Gold 2001; Osnowitz 2010]. Во-вторых, количественные исследования, основанные на предоставляемых самими сайтами данных о сделках на биржах удаленной работы, чрезвычайно бедны с точки зрения переменных и не содержат даже базовых социально-демографических показателей [Hong, Pavlou 2012; Leung 2014]. Их использование не позволяет выявить основные социально-экономические характеристики новой категории работников, вовлеченных в электронную самозанятость. В-третьих, исследования, основанные на опросных данных, выполнены на сравнительно небольших выборках в несколько сотен человек [Baines 1999; Bögenhold, Heinonen, Akola 2014]. Лишь несколько опросов охватывают от 1 до 3 тыс. респондентов [Rodgers, Horowitz, Wuolo 2014; Van den Born, Van Witteloostuijn 2013]. И наконец, в-четвертых, практически отсутствуют мониторинговые проекты, позволяющие оценить динамику развития электронной самозанятости и рынков удаленной работы. Настоящее исследование призвано заполнить лакуны в мировой и отечественной науке.

Цель исследования

Целью исследования является изучение развития рынка удаленной работы в России в период с 2009 по 2014 г., в частности, изучение его субъектов — самозанятых профессионалов (фрилансеров) как новой категории работников.

Задачи исследования

Основные задачи исследования:

1) обзор зарубежных исследований, посвященных самозанятым профессионалам (фрилансерам) и рынкам удаленной работы;

2) анализ инфраструктуры русскоязычного рынка удаленной работы, представленной специализированными сайтами — биржами удаленной работы;

3) выявление основных характеристик самозанятых профессионалов (фрилансеров) и их динамики начиная с 2008 г.:

— социально-демографический и профессиональный состав;

— трудовые траектории;

— трудовые ценности и мотивация;

— рабочее время;

— уровень доходов;

— проблемы в отношениях с заказчиками;

— социальное самочувствие фрилансеров (удовлетворенность работой, баланс между работой и жизнью, стресс);

4) выявление проблем и факторов, сдерживающих развитие рынка удаленной работы, в том числе в сферах:

— правового статуса фрилансеров;

— социальной защищенности фрилансеров;

— неформальных отношений между фрилансерами и заказчиками.

Объект исследования

Объектом исследования является новая категория работников — самозанятые профессионалы (фрилансеры), работающие в удаленном режиме (через Интернет), являющиеся участниками русскоязычного рынка удаленной работы.

Основные источники и методы сбора данных

Основной эмпирической базой исследования является Перепись фрилансеров — мониторинговый онлайн-опрос, органи-

зованный и проведенный в 2009, 2011 и 2014 гг. на крупнейшем русскоязычном портале для самозанятых профессионалов — бирже удаленной работы FL.ru (Free-lance.ru), где на начало 2014 г. было зарегистрировано более 1,5 млн пользователей. В каждой из волн опроса приняло участие более 10 тыс. человек. В анкете насчитывалось от 40 до 50 вопросов, освещавших различные стороны работы и жизни русскоязычных фрилансеров. При этом во всех трех случаях использовалась одна и та же методология сбора данных.

В качестве целевой группы рассматриваются люди, утверждающие, что на момент проведения опроса они являются фрилансерами, и эта работа приносит им по крайней мере некоторую часть совокупного дохода. Их мы называем *действующими фрилансерами*, отсекая на данном этапе потенциальных и бывших фрилансеров, также зарегистрированных на FL.ru. Кроме того, мы ограничили наш массив только теми респондентами, которые выполнили в качестве независимых профессионалов не менее двух оплачиваемых проектов в течение предыдущего календарного года. Именно их мы считаем *активными фрилансерами*, отделяя от начинающих и разовых фрилансеров, у которых за год либо не было ни одного проекта, либо был только один.

- Первая перепись фрилансеров (2009) проходила в период с 15 декабря 2008 г. по 3 февраля 2009 г. Среди респондентов число действующих фрилансеров составило 11 236 человек, а число активных — 8613 человек.
- Вторая перепись фрилансеров (2011) проходила в период с 25 февраля по 29 марта 2011 г. Среди респондентов число действующих фрилансеров составило 9698 человек, а число активных — 7179 человек.
- Третья перепись фрилансеров (2014) проходила в период с 12 декабря 2013 г. по 6 февраля 2014 г. Среди респондентов число действующих фрилансеров составило 14 537 человек, а число активных — 10 574 человека.

Подробное описание параметров и характеристик исследования представлено в разделе 4 настоящей работы.

В целом онлайн-опросы как метод сбора данных показали высокую эффективность при изучении небольших целевых групп, чья деятельность непосредственно связана с Интернетом. С помощью онлайн-опросов удалось провести полноценные социологические исследования, в ходе которых были получены большие массивы респондентов в кратчайшие сроки при минимальных материальных затратах. Следует особо отметить, что с точки зрения охвата респондентов Перепись фрилансеров является самым масштабным из известных исследований подобного рода не только в России, но и во всем мире. Это также единственное исследование фрилансеров и рынков удаленной работы, имеющее мониторинговый характер.

Методология исследования

В ходе проведения исследования использовались следующие научные методы. Во-первых, обзор научных публикаций (статьи в ведущих зарубежных и российских научных журналах, монографии) по тематике исследуемой проблемы. Во-вторых, статистический анализ эмпирических данных (анализ одномерных и двумерных распределений, а также многомерное шкалирование), осуществляющийся с использованием пакета компьютерных программ по статистической обработке социологических данных SPSS 15.0.

Структура работы

В первом разделе данной работы рассматривается ключевое понятие исследования — «фриланс»; характеризуются три его ключевые составляющие — самостоятельная занятость, трудовая автономия, профессиональный труд; предлагается типология форм самозанятости и телеработы, которая наглядно позиционирует электронный фриланс среди сходных форм занятости. Во втором разделе дается обзор крупнейших и наиболее влиятельных глобальных бирж удаленной работы; отдельно рассмотрены ключевые

игроки и основные принципы функционирования рынка удаленного труда в России; показана история развития бирж и основные тенденции функционирования данного рынка. Третий раздел содержит обзор зарубежных эмпирических исследований, посвященных рынку фриланса и удаленной работы. В четвертом разделе представлено подробное описание методологии и методики исследования «Перепись фрилансеров»; показаны преимущества и ограничения используемых методов сбора данных. Пятый раздел содержит основные эмпирические результаты исследования, сгруппированные в несколько тематических блоков: социально-демографические и образовательно-профессиональные характеристики фрилансеров, типы занятости и трудовые траектории, трудовые ценности и мотивация, организация трудовой деятельности, отношения фрилансеров с заказчиками, уровень благосостояния и социальное самочувствие. В заключении формулируются основные выводы данного исследования.

Предшествующие исследования

Начиная с 2006 г. в рамках Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ при поддержке Научного фонда НИУ ВШЭ реализовано несколько индивидуальных и коллективных исследовательских проектов, посвященных изучению рынка удаленных услуг и самозанятых профессионалов (фрилансеров): «Самозанятость высококвалифицированных работников: трудовые стратегии и мотивация», «Самозанятость в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда» и «Социальные связи, репутация и доверие на электронных рынках» и др.

За 9 лет собран и проанализирован большой массив качественных и количественных данных по этой проблематике. Весной и летом 2007 г. проведена серия глубинных интервью с российскими фрилансерами, занятыми в сфере информационных технологий (программистами, веб-дизайнерами) и сфере переводческих услуг, а также с их заказчиками. Всего опрошено 11 IT-фрилансеров

и 14 фрилансеров-переводчиков. Собранные данные позволили получить немало интересных результатов, а также выдвинуть ряд гипотез, нуждающихся в эмпирической проверке уже на количественных данных.

Помимо масштабных онлайн-опросов «Перепись фрилансеров» (2009, 2011, 2014) в июле 2010 г. проведен Опрос заказчиков, в котором приняли участие частные лица и представители бизнеса, сотрудничавшие с фрилансерами. Было собрано 1275 валидных анкет. Анкеты для фрилансеров и заказчиков включали блоки симметричных вопросов, касавшихся их взаимоотношений, что позволяет посмотреть на одну и ту же проблему с двух противоположных точек зрения.

Эти опросы, осуществленные по единой методологии, являются исходными точками для оценки динамики развития рынка удаленных услуг. На материалах проведенных исследований опубликовано более 20 научных статей, в том числе в ведущих отечественных [Стребков, Шевчук 2010, 2011, 2015б] и зарубежных журналах [Davis, Shevchuk, Strebkov 2014; Shevchuk, Strebkov, Davis 2015].

Наши количественные данные также активно используются российскими коллегами, вовлеченными в разработку данной проблематики [Маркин, Назарбаева 2014; Харченко 2014]. В настоящей работе, опираясь на весь массив собранных нами данных, мы попытаемся представить социально-экономический портрет новой категории работников — самозанятых профессионалов (фрилансеров), работающих удаленно, а также выявить основные тенденции на русскоязычном рынке удаленной работы за период 2009–2014 гг.

Исполнители проекта

Исполнителем проекта является Лаборатория экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Текст подготовлен исследовательским коллективом в составе: канд. социолог. наук, старший научный сотрудник Д.О. Стребков (руководитель исследова-

дования), канд. экон. наук, старший научный сотрудник А.В. Шевчук, стажер-исследователь М.О. Спирина.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» основан в 1992 г. Правительством Российской Федерации, которое в настоящее время является его учредителем. НИУ ВШЭ входит в число лидирующих аналитических центров в области институциональной экономики и анализа рынков.

Выражение благодарности

Мы хотели бы выразить искреннюю признательность всем людям, в разное время оказывавшим нам помощь в подготовке и проведении Переписи фрилансеров. Прежде всего поблагодарим В. Воропаева и А. Мажирина — основателей крупнейшей русскоязычной биржи удаленной работы FL.ru (ранее — Free-lance.ru), любезно предоставивших нам исследовательскую площадку, а также всех работников биржи, с которыми нам довелось сотрудничать в ходе программирования анкеты, проведения опроса и презентации его результатов. Отдельную благодарность мы выражаем когда-то студентам, а ныне выпускникам Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» за плодотворные обсуждения анкеты, помощь в сборе, «чистке» и обработке эмпирических данных, а именно В. Вязниковой, С. Лагуну, М. Маркину, Е. Назарбаевой, К. Никуткиной, А. Приваловой, А. Стахмич. Мы особо благодарим руководителя департамента социологии НИУ ВШЭ, профессора А.Ю. Чепуренко за рецензирование рукописи монографии и ценные замечания и предложения и руководителя ЛЭСИ В.В. Радаева за поддержку проблематики рынка удаленной работы в качестве одного из основных исследовательских направлений в рамках деятельности лаборатории.

1. К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЙ «ФРИЛАНС» И «ФРИЛАНСЕР»

1.1. Многообразие терминов

Термины «фриланс» и «фрилансер» недостаточно разработаны в науке: на сегодня нет единой устоявшейся трактовки этих понятий. С одной стороны, данные термины широко используются в профессиональной среде независимых работников для самоидентификации. Например, существует большое количество веб-сайтов (посвященных как поиску работы, так и образу жизни данной категории работников)¹, ассоциаций и даже профсоюзов², в названии и содержании которых на постоянной основе используются термины «фриланс» и «фрилансер». С другой стороны, в научной литературе эти термины встречаются еще довольно редко, что может быть объяснено ограниченным вниманием исследователей к категории работников, идентифицирующих себя подобным образом, и, как следствие, недостаточной разработанностью самого понятия с академической точки зрения.

Говоря об этимологии понятия, стоит отметить, что первоначально в Европе фрилансерами называли средневековых наемников (буквально — вольных копейщиков³) — профессиональных военных, которые были свободными людьми и оказывали услуги

¹ См. пример таких веб-сайтов в России: посвященное фрилансерам сообщество Ru_freelance на блог-платформе «Живой журнал». URL: <http://ru_freelance.livejournal.com>; «Клуб фрилансеров. Фриланс — это круто!» в социальной сети «ВКонтакте». URL: <<https://vk.com/kadrof>>; биржа удаленной работы для фрилансеров FL.ru (Free-lance.ru). URL: <<https://fl.ru>>.

² Примеры профессиональных ассоциаций и профсоюзов фрилансеров в США (Freelancers Union. URL: <<https://www.freelancersunion.org>>) и Великобритании (National Union of Journalists. URL: <<https://www.nuj.org.uk/work/freelance>>).

³ Lance (*англ.*) — пика, копье.

знатным землевладельцам за вознаграждение⁴. Уже из данного определения следует, что ключевой характеристикой фрилансеров является возможность оказания профессиональных услуг различным заказчикам. Многочисленные популярные источники приписывают первое упоминание термина «фрилансер» известному британскому писателю Вальтеру Скотту, который использовал это слово в историческом романе «Айвенго»⁵. При этом очевидно, что описываемая им реальность существовала гораздо раньше. С XIX в. термин «фрилансер» стал обозначать так называемых свободных художников — независимых журналистов, критиков, писателей, музыкантов и представителей других творческих профессий.

Сегодня «фрилансер» — наиболее общее и часто употребляемое во всем мире слово для самоопределения независимых IT-специалистов, журналистов, дизайнеров, копирайтеров, переводчиков и т.д., работающих на проектной основе с различными заказчиками. Вместе с этим используемое определение самозанятых работников обусловлено культурными и правовыми особенностями и может варьироваться в разных странах. Так, например, в США представители данной категории зачастую называют себя «консультантами» и «независимыми подрядчиками» (*independent contractor*) [Osnowitz 2010], «портфельными работниками» (*portfolio worker*) [Handy 1984], а во Франции и Канаде — «автономными работниками» (*travailleur autonome / travailleur indépendant*)⁶. Исследователи отмечают, что ключевой характеристикой понятия «фриланс» является его использование в качестве самоопределяющего концепта в профессиональной среде фрилансеров, а не принадлежность к официальной правовой категории [Kitching, Smallbone 2012].

⁴ См. значение слова *freelance* в Оксфордском словаре английского языка. URL: <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/freelance>>.

⁵ См., например: <http://en.wikipedia.org/wiki/Freelancer>.

⁶ См.: *Comment se distingue le travailleur indépendant du salarié?* // Service-Public. fr: le site officiel de l'administration française. Mise à jour le 20.01.2014. URL: <<http://vosdroits.service-public.fr/particuliers/F1691.xhtml>>.

На сегодня в академической литературе можно выделить два определения понятия «фриланс»: широкое и узкое. Широкая трактовка фриланса как категории работников с особой формой занятости принимает во внимание такие характеристики труда, как его внеорганизационный характер (самостоятельная занятость) и автономия (независимость в принятии решений). Именно к такой точке зрения близок американский исследователь Д. Пинк, относящий к категории фрилансеров представителей самых разнообразных профессий, которые могут работать для нескольких клиентов одновременно (от программистов и дизайнеров до водопроводчиков и строителей) [Пинк 2005].

Вместе с этим существует и более узкое определение, помимо внеорганизационного характера и трудовой автономии дополнительно ограниченное профессиональным измерением, связанным с содержанием и уровнем квалификации труда. Такое узкое определение исходит из предпосылки о том, что фрилансерами называют себя в первую очередь квалифицированные профессионалы в творческой, управленческой, научной или технической сферах — группы, часто относящиеся к так называемой информационной экономике [Kitcing, Smallbone 2012; Venson, Brown 2007; Шевчук 2008]. Именно такое узкое определение понятия «фриланс» будет использоваться в дальнейшем в данной работе.

Таким образом, понятие «фрилансер» может быть охарактеризовано с точки зрения следующих трех критериев, которые далее будут рассмотрены более подробно:

- рыночная позиция — самостоятельно занятый работник;
- автономия в принятии решений — независимый работник;
- содержание труда — профессиональный (высококвалифицированный) работник.

1.2. Самостоятельная занятость

Первая значимая характеристика фрилансера заключается в особом характере рыночной позиции работника — самостоятельной (внеорганизационной) занятости. Несмотря на то что само-

стоятельная занятость имеет долгую историю, будучи одной из древнейших хозяйственных форм, в современной экономике, где основными хозяйственными единицами являются именно фирмы (организации), такая занятость зачастую рассматривается как атипичная форма экономической деятельности [Kalleberg 2000]. Тем не менее организованный наемный труд как исторический феномен стал всеобщей нормой лишь в XX столетии. Так, согласно результатам историко-правового анализа, проведенного американской исследовательницей К. Стоун, только в конце XIX в. квалифицированный ручной труд начал постепенно заменяться крупномасштабным мануфактурным производством с использованием низкоквалифицированной рабочей силы, что и послужило первым сигналом к зарождению организованного наемного труда [Stone 2004]. При этом, как отмечает Стоун, в настоящее время организованный наемный труд постепенно уходит в прошлое и заменяется более гибкими формами трудовых отношений, такими как частичная занятость и высокая профессиональная мобильность, в целях поддержания конкурентоспособности фирм. С этой точки зрения организационная занятость доминировала лишь в течение достаточно короткого промежутка времени (чуть более века), и, возможно, ее правильно было бы рассматривать не как общественную норму и своеобразный идеал, а как определенный этап в развитии трудовых отношений.

Фигура самостоятельного работника сложна и противоречива: он занимает двойственную позицию в структуре оплачиваемой занятости (рис. 1.1). Как следствие, самозанятость до сих пор не имеет конвенционального определения в науке. Хотя ее противопоставление наемному труду не вызывает разногласий, зачастую самозанятость не отграничивается четко от нерыночной и предпринимательской деятельности, что неизбежно ведет к размыванию социально-экономического содержания этой категории. В данной работе мы следуем социологической интерпретации понятия самозанятости, разделяемой, в частности, Т.И. Заславской, согласно которой категория самозанятых включает группу лиц, занятых мелким предпринимательством на базе индивидуальной



Рис. 1.1. Формы занятости

трудовой деятельности, построенной на личной квалификации [Заславская 1995].

Таким образом, подобно предпринимателям, самозанятые реализуют свои товары и услуги на рынке, не имеют фиксированного дохода и зависят от финансового успеха своего дела. Они пользуются значительной степенью автономии, самостоятельно организуют свой труд и принимают решения по широкому кругу вопросов. На этом основании некоторые авторы трактуют самозанятость как одну из форм предпринимательства [Бусыгин 1995]. Однако все работы они выполняют индивидуально, не создавая организаций и не привлекая наемного труда, и в этом смысле близки к категории трудящихся. Данным обстоятельством объясняется все больший интерес к самозанятым со стороны профсоюзов, хотя самозанятые и не являются участниками традиционных трудовых отношений [Bibby 2005].

В настоящей работе мы отделяем самозанятых как от наемных работников, так и от предпринимателей, а также от занятых в домашнем хозяйстве, имеющем нерыночный характер⁷. В действительности исследователям зачастую приходится иметь дело с раз-

⁷ Подобное концептуальное разграничение трудовых статусов также реализуется в международной статистике. Однако для занятых индивидуальной трудовой деятельностью используется специальный термин — *own-account workers*. См.: International Classification of Status in Employment (ICSE). URL: <<http://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/class/icse.htm>>.

личными смешанными и переходными типами. Так, в микробизнесе грань между samozанятостью и предпринимательством очень тонка и подвижна. Нередко возникают ситуации, когда, например, хозяин небольшого кафе не только занимается административными и организационными вопросами, но и сам обслуживает клиентов или разгружает товар. Фермер для выполнения сезонных работ может привлекать дополнительную наемную рабочую силу. Или же независимый профессионал, имеющий частную практику, например психолог или юрист, может нанять ассистента для выполнения вспомогательных работ.

Мы также полагаем, что использование терминов «работодатель» и «трудовые отношения» применительно к категории samozанятых не является корректным как с сущностной точки зрения, так и с точки зрения права. На фрилансеров не распространяются многие нормы трудового законодательства и социальные гарантии, предназначенные для стандартной организационной занятости. При этом, оказывая трудовые услуги непосредственно организациям, фрилансеры зачастую находятся в пограничной позиции, так как порой их отношения начинают напоминать трудовые. Именно в этом и заключается сложность и неоднозначность определения понятия «фриланс».

1.3. Трудовая автономия

Второй значимой характеристикой фрилансера является его свобода и независимость в принятии решений, что становится понятно уже из самого термина (*free (англ.)* — свобода). Фриланс подразумевает высокий уровень автономии в различных сферах: фрилансер может выбирать клиентов и заказы по душе, самостоятельно определять методы и последовательность работ, по своему усмотрению обустривать рабочее место и планировать рабочее время и т.д. В целом фрилансер характеризуется как рыночной (самостоятельное принятие решения о сотрудничестве с теми или иными контрагентами) и трудовой (независимость в выборе проектов) автономией, так и организационной (организация рабочего

времени и места), финансовой (наличие нескольких источников дохода одновременно) и социальной (отсутствие привязки к конкретной корпоративной культуре) независимостью (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Автономия фрилансера

В этом отношении фрилансер может быть противопоставлен наемному работнику, который чаще всего финансово зависим от единственного источника доходов (зарплаты) и должен подчиняться строгим правилам и приказам руководителя в рамках организационной иерархии. Кроме того, находясь в трудовом коллективе, штатный наемный работник вынужден следовать неформальным нормам корпоративной культуры, что также в определенном смысле ограничивает его свободу (дресс-код, обязательные для участия корпоративные мероприятия и т.д.). Именно поэтому уязвимое положение штатного наемного работника, обусловленное дефицитом трудовой автономии, оправдывает особое регулирование сферы трудовых отношений со стороны государства и является исходной посылкой трудового права [Davidov, Langille 2011].

Однако самостоятельное осуществление хозяйственной деятельности вне организаций еще не гарантирует полной трудовой и рыночной автономии. В отношениях между самозанятым и заказчиком также могут возникать различные формы финансовой, организационной и социальной зависимости. Поэтому необходимо различать действительно независимую самозанятость, характерную для фрилансеров, и ее зависимые формы (dependent self-employment), в качестве которых может выступать, например, ра-

бота в качестве субподрядчика для конкретной организации [Шевчук 2010а; Connelly, Gallagher 2006; Mühlberger 2007a].

Хорошей иллюстрацией того, какие именно формы зависимости могут быть в отношениях работника и организации, является специальный тест, включающий 20 вопросов и используемый в США для определения правового статуса работника (табл. 1.1)⁸. Хотя этот тест был разработан для юридической практики, он может быть полезен и в исследовательских целях, так как в его основе лежит стремление установить, кто же реально контролирует трудовой процесс.

Рыночная и трудовая автономия фрилансера обеспечиваются прежде всего широкой клиентской базой. Сотрудничество со многими заказчиками, привязанное к конкретному объему работ (продукту, задаче, проекту), позволяет фрилансеру избегать устойчивых форм зависимости от своих клиентов как в финансовом, так и в организационном плане. По отношению к фрилансеру контроль заказчика, как правило, ограничен сферой приемки конечного результата, тогда как в организации своего труда фрилансер полностью свободен⁹.

В случае если самозанятый работник в течение длительного времени выполняет заказы только для одного клиента (фирмы) и соответственно имеет единственный источник дохода, он попада-

⁸ В представленном виде тест был введен в 1987 г. IRS (Internal Revenue Service — налоговое управление США) и с тех пор, подвергаясь различным модификациям, используется в США государственными органами для определения статуса занятости. См.: [Fishman 2011].

⁹ Здесь исключение составляет международная платформа oDesk.com, ставшая первой биржей на рынке удаленного фриланса, предложившей услугу автоматического электронного мониторинга фрилансеров в процессе выполнения заказа при помощи специальной компьютерной программы. Имея первоначальными целями повышение уровня доверия между заказчиком и исполнителем, а также увеличение производительности труда фрилансера, автоматический электронный мониторинг влечет за собой множество негативных последствий, связанных с ограничением одной из главных ценностей самозанятости — автономии и свободы фрилансеров в организации своего рабочего времени и места. См.: [Caraway 2010].

Таблица 1.1. Тест для выявления независимых подрядчиков в США*

№	Вопрос	Ответ для выявления независимого подрядчика
1	Должен ли работник следовать инструкциям компании относительно того, когда, где и как работать?	Нет
2	Проходит ли работник обучение в компании?	Нет
3	Является ли выполняемая работа основным направлением деятельности компании, или же это дополнительные (непрофильные) услуги?	Нет
4	Может ли работник привлекать других подрядчиков к выполнению работы?	Да
5	Может ли компания нанимать, контролировать и оплачивать ассистентов работнику?	Нет
6	Нанят ли работник на длительный продолжительный период?	Нет
7	Устанавливает ли компания график рабочего времени?	Нет
8	Должен ли работник трудиться на компанию полную рабочую неделю?	Нет
9	Трудится ли работник в помещениях компании?	Нет
10	Должен ли работник выполнять трудовые операции в порядке и последовательности, установленной заказчиком?	Нет
11	Должен ли работник предоставлять устные или письменные отчеты компании для оценки своей деятельности?	Нет
12	Является ли оплата труда повременной (за час, неделю, месяц)?	Нет
13	Оплачивает ли компания работнику накладные и транспортные расходы?	Нет
14	Предоставляет ли компания инструменты, материалы и оборудование?	Нет
15	Имеет ли компания право уволить работника?	Нет
16	Может ли работник в любой момент прекратить отношения, не понеся ответственности перед компанией?	Нет
17	Делает ли работник существенные инвестиции в инструменты и оборудование?	Да
18	Может ли работник получить прибыль или понести убытки в результате осуществления своей деятельности?	Да
19	Предоставляет ли работник свои услуги нескольким компаниям одновременно?	Да
20	Работник предлагает и регулярно рекламирует свои услуги широкой публике?	Да

* См.: Employment Status — a Comparative Approach. URL: <<http://www.texasworkforce.org/ui/tax/forms/c8.pdf>>.

ет в *финансовую зависимость*. Внештатные работники, так же как и штатные, могут трудиться в помещениях заказчика с использованием его оборудования, подчиняясь определенным инструкциям, технологическим требованиям и временному графику. В этом случае можно говорить об *организационной зависимости*¹⁰. Наконец, внештатные работники могут интегрироваться в производственную систему фирмы-заказчика социально, посредством механизма идентификации, организационной культуры и личных отношений (*социальная зависимость*)¹¹. В итоге, с точки зрения трудовой автономии, зависимые самозанятые занимают промежуточное положение между фрилансерами и штатными работниками организаций.

Стоит отметить, что чаще всего зависимая самозанятость связана с менее квалифицированным, часто физическим трудом (например, «надомники» в текстильной промышленности, водители такси и грузового транспорта, агенты по продажам и др.). Вместе с этим существуют формы зависимой самозанятости и в сфере квалифицированного интеллектуального труда. Так, наибольший общественный резонанс получил случай с транснациональной корпорацией Microsoft, активно использующей труд фрилансеров, при этом ставя их в финансовую и организационную зависимость [Kondrasuk, Reed, Jurinski 2001; Fragoso, Kleiner 2005].

С конца 1980-х по 2000-е годы в компании Microsoft использовался труд специалистов, которых именовали «фрилансерами» и «временными сотрудниками», а юридически представляли как

¹⁰ Эта зависимость может создаваться и более изощренными способами. Так, У. Мюльбергер показала, как австрийские страховые компании стремятся сильнее привязать к себе агентов посредством различных форм поддержки (финансовой, консультационной, бухгалтерской, информационной и др.), стимулируя личные инвестиции в средства производства и специфический человеческий капитал [Mühlberger 2007b].

¹¹ Наиболее сильную степень идентификации и лояльности демонстрируют бывшие сотрудники, выведенные за штат, а также разного рода агенты, выступающие от лица определенного бренда, обладающего сильным символическим капиталом. Яркий пример представляет собой система сетевого маркетинга, основанная на социальных связях и лидерстве и, по меткому определению Н. Биггарт, называемая «харизматическим капитализмом» [Biggart 1989].

независимых подрядчиков [Grimsley 2000]. В течение продолжительного времени (порой превышавшего 2 года) они работали в компании над различными проектами: трудились вместе со штатными сотрудниками под началом одних и тех же менеджеров, выполняли те же самые функции в тех же самых помещениях в то же самое рабочее время с использованием офисного оборудования компании. Однако в соответствии с установленным трудовым статусом они не имели оплачиваемого отпуска, были исключены из пенсионного плана и программы приобретения акций, предусмотренных для штатных сотрудников. Внештатные работники дискриминировались не только экономически, но и социально: носили бейджи особого (оранжевого) цвета, имели специальные адреса электронной почты (по словам самих работников, для того чтобы их письма было легче игнорировать), не могли пользоваться корпоративным фитнес-центром и спортивными площадками, не допускались на корпоративные вечеринки, не имели скидок в корпоративном магазине программного обеспечения и не могли работать в помещениях с окнами [Ibid.].

В результате длительных судебных разбирательств, продолжавшихся с 1992 по 2000 г., «вечно временным работникам» (permatemps¹²) удалось отстоять свои права перед Microsoft. В итоге компания была вынуждена прекратить подобную практику и согласилась заплатить почти 10 тыс. человек компенсацию в размере 97 млн долл. [Kondrasuk, Reed, Jurinski 2001]. Судебное решение основывалось на том, что компания фактически рассматривала этих специалистов как сотрудников, а значит, должна была обеспечить им все права и блага, связанные с этим статусом. Стоит отметить, что в последние годы положение зависимых самозанятых работников привлекает пристальное внимание юристов, профсоюзов и Международной организации труда (МОТ), не без успеха добивающихся в странах Европы применения некоторых норм трудового права к этой категории работников.

В целом государства с развитой рыночной экономикой активно борются с практикой так называемой фиктивной, или ложной,

¹² От *англ.* permanent — постоянный и temporary — временный.

1.4. Профессиональный труд

Таким образом, в широком смысле слова под фрилансером можно понимать самостоятельно занятого, независимого и автономного работника. Как уже упоминалось ранее, к такому подходу близок американский исследователь Д. Пинк, относящий к категории фрилансеров людей самых разнообразных профессий, обладающих соответствующими характеристиками [Пинк 2005]¹⁴. Однако в данной работе мы придерживаемся более узкого определения фриланса, которое, помимо внеорганизационного характера и трудовой автономии, дополнительно ограничено профессиональным измерением, связанным не только с формой, но и с содержанием и уровнем квалификации труда. Иными словами, под фрилансером мы понимаем прежде всего высококвалифицированного профессионала, занятого преимущественно интеллектуальным трудом. Вместе с этим данный тезис является довольно спорным и требует отдельного пояснения.

Де-факто как в научных, так и в популярных текстах, посвященных фрилансу, в качестве его субъектов в основном фигурируют высококвалифицированные профессионалы. Термин «профессионал» здесь употребляется в специальном смысле, заложенном в различных классификациях. Так, в США под «профессиональными, парапрофессиональными и техническими занятиями» (professional, paraprofessional, and technical occupations) понимаются те, которые связаны с теоретической и практической деятельностью в таких областях, как наука, искусство, образование, право и деловые отношения, где существенную роль играет высшее образование или обучение соответствующего уровня на практике. Говоря конкретнее, профессионалы — это ученые, IT-специалисты, инженеры, архитекторы, аудиторы, юристы, преподаватели, писатели, артисты, врачи, спортсмены и т.д.¹⁵

¹⁴ Интересно, что употребление этого термина в академической среде можно встретить даже применительно к работающим индивидуально проституткам и наркодилерам [Amadora-Nolasco et al. 2001; Seles, Murpy 2007].

¹⁵ См.: Occupational Employment Statistics. Dictionary of Occupations // U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics. URL: <<http://www.bls.gov>>.

Именно такой подход представляется актуальным и продуктивным в условиях современной информационной экономики, основанной на высококвалифицированном труде в сфере услуг. По нашему мнению, целесообразно ограничить сферу применения термина «фрилансер» профессиональным трудом в сфере высококвалифицированных услуг, в том числе информационно- и знаниеемких. Не стоит по примеру Д. Пинка причислять к фрилансерам «водопроводчиков», «укладчиков дорожных покрытий», «владельцев грузовиков», т.е. «представителей почти любых профессий, которые предполагают работу сразу на нескольких клиентах» [Пинк 2005]. Распространение термина на такой широкий круг работников приводит к его размыванию и неизбежно оставляет его на обочине научных дискуссий.

Для конкретизации термина «фрилансер» с точки зрения содержания и характера трудовой деятельности можно предложить следующие критерии¹⁶:

- фрилансер систематически осуществляет свою деятельность в рамках определенной профессии, продавая на рынке свои профессиональные навыки и умения. Здесь речь не идет о любой (относительно случайной) деятельности, которая может быть оплачена на рынке;
- фрилансер предоставляет услуги, а не производит товары;
- фрилансер занят нефизическим трудом;
- труд фрилансера так или иначе связан с производством и обработкой информации;
- фрилансер обладает значительным «человеческим капиталом», полученным в ходе формального образования и практической деятельности;
- фрилансер получает гонорар за предоставленные им лично услуги, а не предпринимательскую прибыль. В этом отношении фрилансерами, например, не могут считаться самозанятые трейдеры, играющие на фондовом или валютном рынках, или разного рода агенты (сетового маркетинга, страховые и др.).

¹⁶ Стоит отметить, что данные критерии не являются исчерпывающими и оставляют открытыми ряд вопросов об их практическом применении.

Итак, с учетом всех трех основных тезисов мы получаем следующее общее *определение*: фрилансер — это независимый профессионал высокой квалификации, который не состоит в штате организации и не включен в традиционные трудовые отношения, а самостоятельно реализует свои услуги на рынке различным клиентам, не являясь субподрядчиком единственного заказчика.

1.5. Электронный фриланс

В современном постиндустриальном обществе экономическая активность перемещается в сектор услуг, а труд все больше связан с производством и обработкой информации. Ключевую роль в становлении «новой экономики» играют цифровые технологии и компьютерные сети [Kelly 1999]. Они снижают транзакционные издержки и позволяют эффективно координировать взаимодействие рассредоточенных в пространстве агентов.

На основе компьютерных сетей формируется особая интернет-экономика (e-economy), соответствующие ей электронные рынки (e-markets, virtual markets) и электронный бизнес (e-business, e-commerce). В виртуальное пространство погружаются не только отдельные бизнес-процессы (например, реклама и сбыт материальных товаров), но и хозяйственная деятельность организаций и индивидов в целом. В этом случае контакты контрагентов в реальном мире отсутствуют, а предметом сделок становятся нематериальные блага, передающиеся в качестве информации по компьютерным сетям.

Формирование электронных рынков сопровождается созданием инфраструктуры в виде специализированных интернет-ресурсов: различного рода виртуальных каталогов, аукционов и бирж¹⁷. С конца 1990-х годов в Интернете функционируют специальные сайты для фрилансеров — биржи удаленной работы, обладающие

¹⁷ Пионерной работой в области электронных рынков является: [Malone, Yates, Benjamin 1987]. См. также: [Wigand 2011; Alt, Klein 2011; Standing S., Standing C., Love 2010].

сегодня миллионными аудиториями с устойчивой тенденцией к росту.

Современные средства производства и коммуникации (компактная и доступная компьютерная техника, программное обеспечение, Интернет) позволяют фрилансерам не только реализовывать свой человеческий капитал самостоятельно (вне традиционных трудовых отношений), но и работать практически на любом удалении от места, где необходимы результаты их деятельности. Последний феномен известен как удаленная работа (*remote work*). Модель удаленной работы впервые была обоснована Дж. Ниллсом еще в начале 1970-х годов, однако ее полноценная массовая реализация стала возможна позднее благодаря дальнейшему развитию технологий связи, способных оперативно передавать большие объемы информации [Nilles 1998]. Другими терминами, описывающими данный феномен, являются дистанционная работа (*distant work*), телеработа (*telework, telejob*), теледоступ (*telecommuting*), электронная работа (*e-work*), виртуальная работа (*virtual work*) и др. (далее все они будут использоваться как синонимы).

Организации все шире применяют возможности теледоступа, позволяя своим работникам часть времени работать на дому или в специально созданных «телецентрах», находящихся в удалении от основного офиса. Однако наибольшее распространение телеработа получает в среде самозанятых работников. Согласно данным национальной статистики, в Великобритании сегодня уже более 40% всех самозанятых являются телеработниками, тогда как для наемных работников этот показатель — в 10 раз меньше [Ruiz, Walling 2005]. Отмечается также, что темпы роста числа телеработников среди самозанятых выше, чем среди наемных работников, а около 90% телеработников представляют высококвалифицированный профессиональный или управленческий труд [Ibid.].

Некоторые футурологи видят в этом прообраз экономики будущего. Так, Т. Малоун и Р. Лойбахер утверждают: «Основная единица новой экономики — это не корпорация, а человек. Задачи распределяются и контролируются не посредством стабильной цепочки менеджмента, а скорее, выполняются автономно незави-

симыми подрядчиками. Электронные фрилансеры, поддерживающие виртуальные коммуникации, образуют гибкие временные сети для производства товаров и услуг. Когда работа выполнена, сеть распадается, а ее члены снова становятся свободными агентами и перемещаются по рынку в поисках следующего задания» [Malone, Laubacher 1998, p. 146]. Таким образом, Малоун и Лойбахер ввели в оборот термин «электронный фрилансер» (e-lancer), образованный по аналогии с неологизмами «электронная почта» (e-mail) и «электронный бизнес» (e-business), а также предсказали рождение новой бизнес-модели — экономики электронного фриланса (e-lance economy). В целом дальнейшее развитие событий подтвердило прогнозы Малоуна и Лойбахера. Уже в 1999 г. появилась первая биржа удаленной работы Elance.com, что, по сути, ознаменовало институционализацию новых рынков, участниками которых сегодня являются миллионы фрилансеров и их заказчиков со всего мира.

И все же более реалистичной представляется точка зрения, согласно которой новая хозяйственная модель не замещает собой традиционную реальную экономику, а будет сосуществовать наряду с ней как отдельный сегмент. При этом и без того подвижные границы между ними будут все больше размываться. В этом отношении к электронной самозанятости в полной мере применимы слова, которые М. Кастельс говорил о дот-комах¹⁸: «...Они [доткомы] представляют собой лишь малочисленный предпринимательский авангард нового экономического мира. И, как это свойственно любым рискованным предприятиям, бизнес-ландшафт здесь заполнен обломками необоснованных фантазий». Однако далее он подчеркивает, что «значение электронного бизнеса выходит далеко за рамки его количественных характеристик» потому, что «вся организация бизнеса в целом должна сообразовываться с интернет-технологией». Кроме того, «поскольку экономика подобного типа способствует преуспеванию индивидуального пред-

¹⁸ Термин применяется по отношению к компаниям, чья деятельность основывается целиком на работе в рамках сети Интернет.

принимательства, связи между консультантами, субподрядчиками и фирмами посредством Всемирной паутины становятся столь же важны, что и деятельность самой фирмы. В итоге возникает не экономика дот-комов, а сетевая экономика с электронной нервной системой» [Кастельс 2014, с. 83–84].

Важно отметить, что в популярной литературе понятия «фрилансер» и «удаленный работник» часто смешивают. Именно поэтому так важно понять основные критерии их разграничения и ключевые зоны пересечения. Электронный фрилансер — это фрилансер, осуществляющий свою трудовую деятельность удаленно с использованием информационно-коммуникационных технологий, или, другими словами, фрилансер-телеработник¹⁹. Идеальный тип электронного фрилансера не подразумевает очного контакта с заказчиками: поиск работы, заключение контрактов, получение заданий, обсуждение текущих рабочих вопросов, передача результатов работы и ее оплата осуществляются через Интернет. Хотя очевидно, что на практике удаленная форма работы может реализовываться в разной степени, сочетаясь с более традиционными методами.

Таким образом, в широком смысле мы можем понимать под электронным фрилансером любого независимого работника, осуществляющего деятельность через Интернет. В более узком смысле электронными фрилансерами признаются только работники, которые являются участниками бирж удаленной работы [Aguinis, Lawal 2013]. Мы опираемся скорее на узкое определение электронного фрилансера, но при этом уверены, что многие результаты наших исследований могут быть распространены и на электронных фрилансеров в целом, в широком смысле слова.

В качестве обобщения всего вышесказанного мы предлагаем типологию форм самозанятости и телеработы, которая наглядно позиционирует электронный фриланс среди сходных форм занятости [Шевчук 2008]. Типология основана на пересечении трех

¹⁹ Можно также встретить похожие термины — «сетевой фрилансер» (web-lancer) и «интернет-фрилансер» (internet freelancer).

основных критериев, каждый из которых может быть представлен в виде дихотомии (рис. 1.4):

- 1) самозанятость — наемный труд;
- 2) удаленная работа (телеработа) — работа на традиционном рабочем месте (в офисе);
- 3) множественная (портфельная) занятость — монозанятость (у одного работодателя).

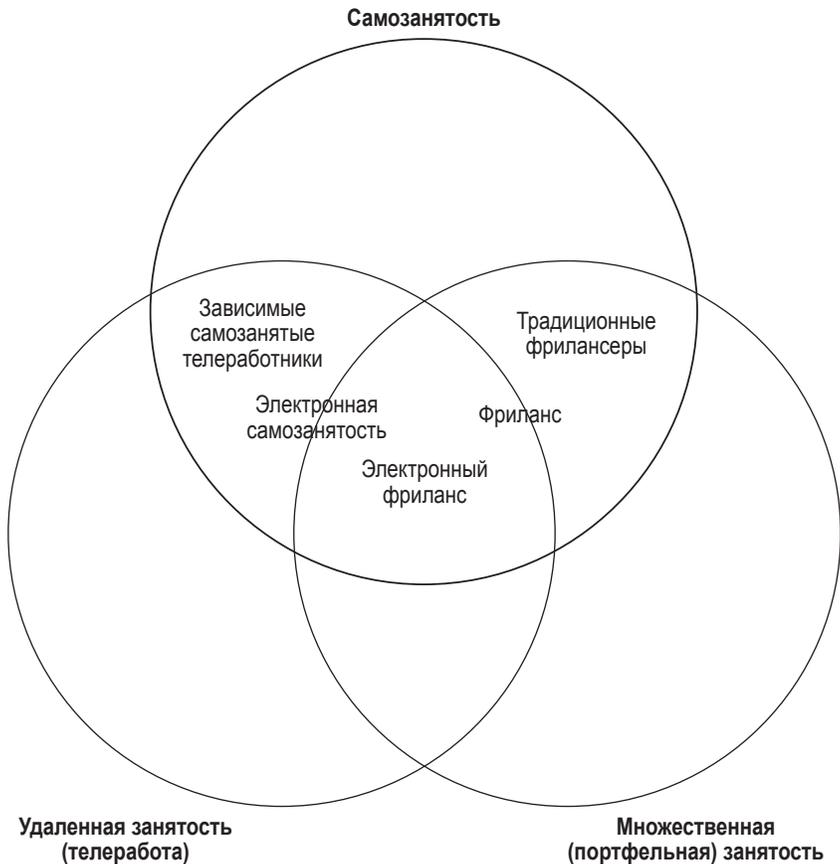


Рис. 1.4. Типы самозанятости и телеработы

Из полученных парных пересечений признаков нас прежде всего интересуют две формы: *фриланс*, охватывающий самозанятых, работающих с широким кругом заказчиков, и *электронная самозанятость*, включающая самостоятельных работников, трудящихся удаленно. Пересечение всех трех признаков формирует ядро нашей типологии — *электронный фриланс*, подразумевающий независимых профессионалов, формирующих портфель заказов и работающих удаленно.

На рис. 1.4 также видна группа *традиционных фрилансеров*. Их деятельность еще не реструктуризирована информационно-коммуникационными технологиями или не может выполняться удаленно. В последнем случае это в основном связано с необходимостью очного контакта с клиентом (психологи, разного рода консультанты, артисты, тренеры и др.). Еще одна смежная группа — это *зависимые самозанятые телеработники*, которые обслуживают интересы одной организации или индивида, причем последние в данном случае являются скорее работодателями, нежели клиентами. Зависимые самозанятые телеработники могут рассматриваться в качестве своеобразных «надомников информационной эпохи», выступая в качестве объекта давно известной бизнес-стратегии, вооруженной новыми технологиями [Шевчук 2010б].

Важно отметить, что в реальности между ядром электронных фрилансеров и примыкающими к нему группами происходит взаимный обмен. Последние являются потенциальными источниками его пополнения, так как их представители уже обладают необходимыми для этого характеристиками и навыками.

2. РЫНКИ УДАЛЕННОЙ РАБОТЫ: ИСТОРИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Еще в самом начале процесса компьютеризации экономики и общества было высказано предположение о том, что глобальные коммуникационные сети представляют собой значительный потенциал в сфере торговли и коммерции [Schmid 1993]. На сегодня активное развитие информационных и коммуникационных технологий обеспечивает стремительное наращивание современной инфраструктуры рынка электронных фриланс-услуг — бирж удаленной работы [Agrawal et al. 2013; Aguinis, Lawal 2013; Horton 2010; Hong, Pavlou 2012]. Онлайн-рынки удаленных услуг по праву можно считать феноменом XXI в.: начав свое развитие на пороге нового тысячелетия, биржи удаленной работы уверенно продвигаются вперед, преодолевая все новые территориальные и профессиональные границы. По оценкам международного консалтингового агентства по заемному труду *Staffing Industry Analysts*, в настоящее время существует около 145 крупномасштабных онлайн-рынков удаленной работы, соединяющих миллионы пользователей из различных профессиональных областей по всему миру. При этом число менее крупных национальных и локальных бирж удаленной работы превышает эту цифру в сотни раз. В 2013 г. через рынки удаленной работы за выполненные фрилансерами заказы было выплачено 1,4–1,5 млрд долл., а в 2018 г. эта цифра предположительно составит 5 млрд долл.¹

¹ См.: 2014 Online Staffing Platform Landscape: Can More Be Better? // Staffing Industry Analysts. June 26, 2014. URL: <<http://www.staffingindustry.com/Research-Publications/Research-Topics/Region-North-America/2014-Online-Staffing-Platform-Landscape-Can-More-Be-Better>>.

Ниже будет представлен краткий обзор наиболее влиятельных глобальных онлайн-бирж удаленной работы. Отдельно будут рассмотрены ключевые игроки и основные принципы функционирования рынка удаленного труда в России.

2.1. Глобальные биржи удаленной работы

В самом общем виде рынок (биржа) удаленной работы представляет собой онлайн-платформу, выполняющую посредническую функцию между фрилансерами и заказчиками их услуг. На специализированных веб-сайтах независимые работники имеют возможность разместить информацию о себе (контактные данные, размер вознаграждения, портфолио и т.д.), а потенциальные потребители их услуг — свои заказы (техническое задание, сроки и требования, размер оплаты и т.д.). Организатор биржи выступает посредником, третьим лицом, предоставляющим техническую, информационную и институциональную поддержку пользователям электронного рыночного пространства. При этом за предоставление своих услуг биржа удаленной работы, как правило, удерживает комиссию либо с обеих (заказчики и исполнители), либо только с одной из сторон (чаще всего исполнители). Стоит отметить, что онлайн-биржи удаленной работы выполняют ряд других важных функций кроме непосредственной роли медиатора на рынке труда. Подобные онлайн-платформы выступают значимым источником информации во фриланс-среде, позволяют фрилансерам объединять свои силы (например, для выполнения крупных выгодных заказов в команде или совместной подготовки к сдаче экзаменов на квалификационный сертификат), создают возможность неформального общения и обмена опытом между независимыми работниками, способствуют наращиванию профессионального социального капитала [Caraway 2010]. С полным правом можно сказать, что биржи удаленной работы, по аналогии с биржами валютного рынка, являются организаторами и конфигураторами рынка электронного фриланса (market makers) [Agrawal et al. 2013]. Иными словами, электронные биржи работы

буквально «делают рынок» — принимают ключевые решения, направляют ресурсные потоки и формируют конститутивные правила [Радаев 2007; Abolafia 1996].

Первые онлайн-рынки удаленной работы появились в США, а затем и в других развитых странах. Одной из старейших и самых влиятельных на сегодня является американская биржа удаленной работы Elance.com, основанная в 1999 г. Данная онлайн-платформа первоначально предоставляла техническую поддержку для работы через сеть Интернет, а позднее была трансформирована в ресурс, позволяющий соединять исполнителей и заказчиков в рамках единого онлайн-пространства. На сегодня более 2 млн зарегистрированных фрилансеров из англоязычных (США, Австралия, Великобритания, Канада, Новая Зеландия), а также из неанглоязычных государств (ОАЭ, Сингапур, Израиль, Германия, Нидерланды и т.д.) заключили сделки на Elance.com на сумму более 285 млн долл. Данная биржа действует по принципу открытого аукциона на понижение цены, проводимого в электронной форме.

В 2013 г. произошло слияние Elance.com с ее главным конкурентом — успешной крупной американской биржей oDesk.com, основанной в 2003 г. Несмотря на общую базу заказчиков и исполнителей, оба сайта сохранили изначальные названия и продолжают функционировать в прежнем режиме. oDesk.com стала первой биржей на рынке удаленного фриланса, предложившей услугу автоматического электронного мониторинга исполнителей в процессе выполнения заказа. Специальная программа, которую фрилансер должен установить на свой компьютер, позволяет клиенту получать данные о ходе выполнении заказа в режиме реального времени. В течение каждого часа делается шесть фотографий на веб-камеру, а также снимки экрана в произвольном порядке; регистрируется количество кликов мышкой, объем набранного текста; происходит автоматическая оценка уровня посторонних шумов в комнате и т.д. Имея первоначальной целью повышение уровня доверия между заказчиком и исполнителем, а также увеличение производительности труда фрилансера, автоматический

электронный мониторинг влечет за собой множество негативных последствий для работника начиная с повышенного психологического давления и заканчивая бесцеремонным вторжением в частную жизнь [Cagaway 2010].

В 1999 г. также была основана другая старейшая американская биржа удаленной работы — Guru.com (SOFTmoonlighter.com), соединяющая фрилансеров и работодателей из США, Канады, Австралии, Индии, Пакистана и других стран. Задуманная первоначально как клиринговая платформа² для профессионалов в области информационных технологий, Guru.com затем получила всемирную известность благодаря внедрению интеллектуальной поисковой системы, позволяющей осуществить высококачественный и быстрый поиск профилей потенциальных исполнителей, максимально соответствующих заданным заказчиком критериям. В отличие от Elance.com, данная биржа действует по принципу закрытого аукциона, что означает недоступность для отдельно взятого фрилансера информации о ставках, сделанных другими претендентами на заказ.

На сегодня самой крупной онлайн-платформой на рынке фриланс-услуг является австралийская биржа Freelancer.com, основанная в 2009 г. и имеющая свыше 14,5 млн зарегистрированных пользователей из 247 стран мира. За время существования Freelancer.com, работающая по принципу открытого аукциона, поглотила множество национальных онлайн-бирж удаленной работы, среди которых — шведские биржи GetAFreelancer.com и EUFreelance.com, американские LimeExchange и vWorker, канадская ScriptLance.com, немецкая Freelancer.de Booking Center, английская Freelancer.co.uk и т.д.³

В заключение хотелось бы обратить внимание на несколько менее крупных, но активно развивающихся на международном рын-

² Клиринг (от *англ.* clearing — очистка) — система безналичных расчетов между странами или фирмами за поставленные товары или оказанные услуги, осуществляемая путем взаимного зачета исходя из условий баланса платежей.

³ См.: Freelancer.com. URL: < <https://www.freelancer.com/about> >.

ке бирж удаленной работы, сосредоточенных на довольно узких направлениях. Так, австралийская биржа 99designs.com, специализирующаяся на графическом дизайне, была основана в 2008 г. и является мировым лидером в своей профессиональной сфере. Данная платформа работает по принципу конкурса (все кандидаты высылают свои работы заказчику, который определяет только одного победителя, с ним и заключает контракт). Отдельно стоит отметить международную биржу микрозаказов fiveg.com, создатели которой делают акцент на исключительные способности и таланты каждого отдельного фрилансера (от умения вести убедительную деловую переписку до продвижения брендов на рынке) и размещают заказы стоимостью от 5 долл.

Таким образом, для западного рынка удаленной работы характерно слияние успешных конкурирующих игроков и поглощение более мелких национальных бирж крупными глобальными платформами. По нашим оценкам, структура западного рынка в большей степени близка к олигополии, характеризующейся доминированием лишь нескольких крупных игроков (Freelancer.com, Elance — oDesk.com, Guru.com). Вместе с этим возрастает влияние международных специализированных бирж удаленной работы, сконцентрированных лишь на одной профессиональной отрасли (дизайн, программирование, маркетинг и т.д.). Стоит отметить, что глобальные биржи используют английский язык в качестве рабочего, что является барьером для независимых профессионалов и заказчиков их услуг из неанглоязычных стран, в том числе для российских фрилансеров⁴. С этой точки зрения особую важность приобретают национальные онлайн-рынки удаленной работы.

⁴ Недавно лидер рынка Freelancer.com запустил программу по переводу интерфейса сайта на другие языки. В настоящий момент поддерживается уже более 40 языков. Эти меры призваны повысить доступность сайта для людей со всего мира. Тем не менее можно предположить, что коммуникация между фрилансерами и заказчиками в международных сделках осуществляется по-прежнему преимущественно на английском языке, а значит, роль языка как интегратора и разграничителя рынков сохраняется.

2.2. Русскоязычный рынок удаленной работы

2.2.1. История развития онлайн-бирж в России

В русскоязычном онлайн-пространстве (Рунете) развитие рынков удаленной работы происходило с некоторым опозданием. На пороге третьего тысячелетия, когда уже успешно функционировали глобальные биржи удаленной работы, только 3–4% российского населения имело доступ к Интернету [Ослон 2001; Перфильев 2003].

Бум в данной сфере пришелся на 2005–2009 гг., когда было создано сразу несколько десятков онлайн-сервисов для фрилансеров, представляющих различные профессиональные категории. Однако интерес к фрилансу в целом и к электронным биржам удаленной работы в частности возник несколько ранее, уже на рубеже нового тысячелетия, в конце 1990-х — начале 2000-х годов. Именно тогда в Интернете появились самые первые российские биржи удаленной работы — Goody.ru, Rubler.ru, Telerabotnik.com. Однако принципы работы бирж-первопроходцев были полностью ориентированы на западные аналоги и не учитывали запросов российской аудитории. Так, например, введение дополнительной платы за регистрацию и использование сервиса привело к резкому падению интереса к начинавшим набирать популярность новым формам поиска работы. Несмотря на то что тяжелая экономическая ситуация в этот период породила большое количество безработных, выживавших за счет разовых заработков, технической и институциональной инфраструктуры для поиска заказов через Интернет пока не существовало.

Первым успешным русскоязычным ресурсом, соединяющим независимых фрилансеров и заказчиков их услуг, считается украинский портал Weblancer.net, основанный в 2003 г. и в большей степени ориентирующийся на IT-специалистов. Имея репутацию надежной и опытной биржи, Weblancer.net до сих пор является одной из самых влиятельных и стабильных платформ для поиска

удаленной работы, несмотря на значительное отставание по количественным показателям от лидеров рынка (см. табл. 2.1 на с. 47).

Самой крупной российской биржей удаленной работы является платформа FL.ru (Free-lance.ru), основанная в 2005 г. и ориентированная на разные профессиональные сферы. В настоящее время на бирже зарегистрировано более 1,5 млн пользователей, а количество новых проектов в день достигает отметки в 1,5 тыс. Появление портала FL.ru послужило своего рода отправной точкой и стимулом для развития удаленного русскоязычного рынка фриланс-услуг на территории России и стран СНГ. Кроме того, FL.ru сыграла важную роль в институционализации статуса фрилансера в российском обществе: силами биржи организуются все-российские конференции фрилансеров, положено начало ежегодному празднованию Дня фрилансера в России, идет активное привлечение средств массовой информации к освещению развития фриланс-культуры и образа жизни удаленного работника.

Мировой финансовый кризис 2008–2009 гг., повлекший за собой массовые сокращения и значительное снижение заработной платы, внес свой вклад в развитие фриланса в России. Именно в этот период наблюдается возрастание интереса к аутсорсингу со стороны российских компаний, желающих сэкономить на постоянном персонале. В связи с этим активно развиваются удаленные специализированные рынки фрилансеров в таких областях, как копирайт, программирование, создание веб-сайтов, дизайн, консалтинговые услуги и т.д. Новая волна кризиса, захлестнувшая российскую экономику в 2014 г., также способна стимулировать развитие фриланса в России. В связи с существенным падением курса рубля и валют других постсоветских стран к доллару произошло относительное удешевление услуг российских фрилансеров для западных заказчиков, что может активизировать интеграцию русскоязычных фрилансеров в глобальные рынки удаленной работы.

Тенденции развития Интернета в России и на постсоветском пространстве в целом также открывают широкие возможности для дальнейшего поступательного развития рынков удаленной рабо-

ты. Не так давно русскоговорящая интернет-аудитория достигла 87,5 млн человек и заняла 7-е место в мире по количеству интернет-пользователей, обогнав такие страны, как Германия (81,1 млн) и Франция (78,9 млн)⁵. Уже являясь одним из крупнейших интернет-рынков в Европе, Рунет имеет значительный потенциал для дальнейшего развития, с учетом того что уровень проникновения Интернета в России все еще остается довольно низким — около 60%⁶. По данным RLMS-HSE за 2013 г., только 42% работников России используют Интернет для работы непосредственно на рабочем месте или дома. Таким образом, можно предположить, что в ходе дальнейшей информатизации и интернетизации России и других постсоветских стран значительное число работников проявит интерес к новой форме занятости.

2.2.2. Обзор русскоязычных бирж удаленной работы

По нашим оценкам, в 2014 г. на российском рынке электронного фриланса функционировало около 70 бирж удаленной работы, при этом около трети из них являются биржами общего профиля, а остальные специализируются на определенных профессиональных сферах. Большинство специализированных бирж сосредоточены на копирайте и веб-программировании, далее следуют биржи для иллюстраторов и дизайнеров. Также существуют отдельные онлайн-порталы по таким направлениям, как юридические и финансовые услуги, маркетинг и HR, инженерия и архитектура, фото- и видеосъемка. По нашим оценкам, только шесть русскоязычных бирж удаленной работы имеют более 100 тыс. зарегистрированных пользователей (для сравнения: в 2011 г. таких бирж было три). Свыше половины всех онлайн-платформ располагают не

⁵ См.: <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>.

⁶ Месячная аудитория Интернета в России, по данным Фонда «Общественное мнение» на осень 2014 г.: <http://fom.ru/SMI-i-internet/11889>. Аналогичные цифры получены в рамках мониторинга RLMS-HSE за 2013 г.: только 58% опрошенных заявили, что им приходилось пользоваться Интернетом в течение последних 12 мес.

более чем 5 тыс. пользователей. Как показывает мониторинг русскоязычных электронных бирж, каждый год возникают все новые и новые порталы для фрилансеров, часть из которых закрывается, так и не успев как следует развернуться на рынке и привлечь свою целевую аудиторию.

Существует несколько способов количественной оценки развития рынка удаленной работы. Первый и самый очевидный — анализ статистических данных о зарегистрированных пользователях, которые обычно вывешиваются на сайтах. Однако такая статистика не всегда вызывает доверие, так как может завышаться сайтами с целью создания имиджа успешной биржи. Кроме того, неизвестным остается количество активных пользователей, регулярно использующих свои аккаунты. Тем не менее мы предполагаем, что данные о количестве зарегистрированных пользователей все-таки отражают сравнительную популярность бирж.

Альтернативный источник оценки — количество предлагаемых заказчиками проектов — рассматривается нами как более адекватный, так как позволяет измерить реальную активность портала. К сожалению, информация о количестве проектов не представлена на сайтах единообразно. Одни биржи публикуют количество новых проектов в день, другие — количество актуальных на сегодня проектов, третьи — количество проектов в месяц, на некоторых сайтах подобная информация отсутствует.

Третий (компромиссный) вариант, представляющий наиболее доступным — снятие показателей посещаемости биржи с автоматических электронных счетчиков, размещенных на сайте⁷. Однако и здесь может возникнуть непреодолимое препятствие — в случае если владелец сайта сознательно скрыл показатели счетчиков от широкой публики.

По результатам обзора российского рынка удаленной работы был сформирован примерный ранжированный список бирж, ведущих деятельность в русскоязычном онлайн-пространстве

⁷ Наиболее распространенные в России счетчики посещений — LiveInternet, Rambler Top100, «Яндекс.Метрика».

на текущий момент. Для максимально адекватной оценки будут представлены все три вышеупомянутых показателя: количество зарегистрированных пользователей, количество новых проектов в день и статистика посещаемости за месяц и за сутки. Стоит отметить, что данный рейтинг не является абсолютно объективным, так как во многих случаях тот или иной показатель оценки отсутствует. При этом приоритет был отдан показателю статистики посещения сайта как предположительно самому объективному источнику информации. В случае его отсутствия выводы о положении биржи в рейтинге делались на основе других количественных показателей.

Важно, что сравнение онлайн-бирж проводилось в двух различных группах: биржах общей направленности и специализированных биржах. Представляется, что качество и характер проектов на общих и специализированных биржах сильно различаются, что обуславливает целесообразность их разделения при проведении сравнительного анализа (табл. 2.1 и 2.2).

Таблица 2.1. Ключевые игроки на русскоязычном рынке фриланс-услуг. Биржи общей направленности

№	Название биржи	Год основания	Кол-во зарегистрированных пользователей		Кол-во проектов	Статистика посещаемости*	
			Заказчиков	Исполнителей		за месяц	за сутки
1	FL.ru	2005	1 600 000		1500**	—	—
2	Freelance.ru	2010	—		300**	438 168	24 541
3	FreelanceJob.ru	2006	—		—	57 924	2624
4	Prohq.ru	2011	75 726		—	—	—
5	Dalance.ru	2006	49 077		19 932***	27 850	1532
6	Webpersonal.ru	2007	24 333		23 872***	23 805	1078
7	Jaaj.ru	2012	7957		39***	5830	230
8	Best-lance.ru	2010	1820	9146	3484***	4453	226
9	Weblancer.net	2003	—		1569***	—	—

* Все показания счетчиков посещаемости предоставлены по состоянию на 23.09.2014 (LiveInternet).

** Количество новых проектов в день.

*** Количество открытых проектов.

Таблица 2.2. Ключевые игроки на русскоязычном рынке фриланс-услуг.
Специализированные биржи

№	Название биржи	Профиль	Год основания	Кол-во зарегистрированных пользователей		Кол-во проектов	Статистика посещаемости	
				Заказчиков	Исполнителей		за месяц	за сутки
1	Advego.ru	Контент	2008	1 624 579		30 000*	399 139	36 811
2	Etxt.ru	Копирайт, переводы	2008	157 819	419 111	11 895**	184 189	20 484
3	Gogetlinks.net	IT	2007	182 599		—	—	—
4	E-generator.ru	Копирайт	2002	—	—	—	134 708	6376
5	Textsale.ru	Копирайт	2008	—	—	325 571**	85 543	5912
6	Illustrators.ru	Дизайн	2007	—	—	—	82 532	5320
7	Telderi.ru	Сайты и домены	2007	—	—	8716**	65 811	4599
8	Modber.ru	1С	2012	—	—	—	47 287	2831
9	1clancer.ru	1С	2009	—	—	—	35 221	2428
10	Turbotext.ru	Копирайт	2008	8198	72 493	1298**	34 851	2888
11	Help-s.ru	Студенческие работы	—	151 793	4579	—	27 827	1530
12	Textbroker.ru	Копирайт	2007	46 386	320	777**	—	—
13	Copylancer.ru	Копирайт	2007	—	—	2293**	23 650	2174
14	Proektanti.ru	Инженерия	2008	—	16 487	3697**	18 248	1355
15	Neotext.ru	Копирайт	2007	7500	26 000	—	7988	813
16	Votimenno.ru	Нейминг	2008	3037	20 559	44**	—	—
17	Ankors.ru	Анкоры	2008	7866	7469	—	1683	166

* Количество новых проектов в день.

** Количество открытых проектов.

Таким образом, можно сделать некоторые выводы о структуре русскоязычного рынка электронных фриланс-услуг. Как видно из табл. 2.1, в случае с биржами общей направленности рынок находится ближе к монополистической модели: наблюдается безусловное доминирование биржи FL.ru. По нашим оценкам, потенциальным конкурентом для платформы FL.ru может выступить

пить только относительно молодой портал общей направленности Freelance.ru, активно развивающийся в настоящее время. Что касается остальных многопрофильных бирж, довольно низкие показатели посещаемости позволяют сделать предположение либо об их медленном затухании (в случае Makesale.ru), либо о наличии достаточно узкой, но стабильной аудитории, которая не увеличивается и не уменьшается со временем (в случае Weblancer.net).

Вместе с этим вполне реальными конкурентами FL.ru можно считать многочисленные и разнообразные специализированные биржи удаленной работы, которые можно найти буквально для каждого востребованного на рынке фриланс-услуг вида деятельности (табл. 2.2). Обращает на себя внимание изобилие бирж для копирайтеров, рерайтеров и переводчиков. С точки зрения структуры рынка, биржи копирайта близки к дуополии (безусловными лидерами являются биржи Advego.ru и Etxt.ru). Однако при проведении сравнительного анализа стоит помнить, что, несмотря на большое количество заказов на биржах копирайта и рерайта, их экономическая ценность не так уж и велика по сравнению с ценностью заказов других типов услуг (IT, инженерия, дизайн). Так, на бирже Advego.ru стоимость подготовки одного материала может не превышать 50 руб., а крупные заказы на значительные суммы встречаются крайне редко.

Обращают на себя внимание биржи чрезвычайно узкой направленности: составление анкоров (коротких рекламных фраз, содержащих текст ссылки на сайт) (биржа Ankors.ru), нейминг (разработка оригинальных названий для брендов) (биржа Votimmenno.ru), 1С-программирование (биржи Modber.ru, 1clancer.ru) и др. В перечисленных сферах зачастую успешно действуют одна или две небольшие биржи, полностью обеспечивающие насыщение рынка в данном направлении.

Интересной особенностью русскоязычного рынка удаленной работы также является наличие специализированных бирж, заточенных под традиционные типы работ, не обязанных своим появлением компьютерным и коммуникационным технологиям. Это биржи в сферах инженерии и архитектуры (Proektanti.ru), управ-

ления человеческими ресурсами (HRTime.ru), предоставляющие юридические консультации (Pravoved.ru). Любопытно, что иногда узкоспециализированная биржа удаленной работы формируется на базе онлайн-сообщества по интересам, где есть разнообразные вспомогательные материалы, форум пользователей, имеется своя стабильная аудитория (например, так возникла биржа строительства Forumhouse.ru).

2.2.3. Основные параметры русскоязычных бирж удаленной работы

Первый и самый очевидный признак, который может лечь в основу типологии онлайн-платформ для фрилансеров и на который мы уже обращали внимание, — это *специализация* биржи. В соответствии с ним можно выделить общие биржи и биржи, специализирующиеся на какой-либо одной профессиональной сфере. Было показано, что на российском рынке фриланс-услуг существует крупнейшая общая биржа-монополист, а также несколько крупных специализированных бирж, осуществляющих контроль над своей долей рынка в конкретной отрасли. По нашим оценкам, общемировая тенденция на рынке удаленной работы заключается в консолидации игроков и повышении значения специализированных бирж.

Вторым важным признаком, по которому можно выделить различные типы бирж, является *способ распределения заказов* между фрилансерами. На русскоязычном рынке удаленной работы наиболее распространенной является система предложений или заявок. Сначала заказчик публикует информацию о проекте, обычно это краткое описание сути задания, желаемые сроки сдачи проекта и размер вознаграждения, возможные способы перевода денег, иногда присутствуют требования к исполнителю (минимальный опыт, наличие выполненных похожих проектов, сертификата и т.д.). Затем фрилансеры, заинтересовавшиеся проектом, оставляют свои предложения (заявки), в которых указывают желаемый размер вознаграждения и возможные сроки выполнения задания,

отмечают наличие опыта в той или иной сфере, дают ссылки на примеры своих работ и т.д. Заказчик имеет возможность ознакомиться со всеми поступившими предложениями и выбрать из них наиболее оптимальное для себя. После подтверждения исполнителя проект закрывается. Стоит отметить, что существует две разновидности системы предложений — открытая и закрытая. В первом случае исполнитель может видеть предложения конкурентов, его собственное предложение также находится в открытом доступе (например, Proektanti.ru). Во втором случае весь набор заявок виден только заказчику и недоступен фрилансерам (например, FL.ru, Etxt.ru).

Значительно отличается от описанной выше системы предложений отбор исполнителя через проведение аукциона. В этом случае заказчик определяет предельную цену выполнения проекта, которая пошагово снижается участниками торгов (исполнителями). Таким образом, аукцион выигрывает претендент, предложивший минимальную цену за выполнение заказа. Данный вид распределения заказов чрезвычайно популярен на зарубежных биржах, однако не находит широкого отклика среди российской аудитории. Вместе с этим некоторые русскоязычные биржи все же используют принцип аукциона (например, Jaaj.ru).

Третий возможный вид распределения заказов на бирже — конкурсный отбор (например, на биржах E-generator.ru, Citycelebrity.ru). Подразумевается выполнение заказа всеми претендентами. Заказчик имеет возможность выбрать лучший, по его мнению, вариант и оплатить только его и только одному претенденту. Часто этот метод используется для выполнения нетрудоёмких заданий, когда важна оригинальность решения (например, на бирже нейминга Votimenno.ru).

Также существует несколько менее распространенный способ автоматического распределения заказов, при котором выигрывает тот, кто успел взять проект в работу первым. Чаще всего по этому принципу действуют биржи копирайта (Advego.ru, Textsale.ru). Этот тип бирж (Advego.ru, Etxt.ru) также практикует «магазин готовых материалов», в котором выставлены на продажу уже написанные статьи.

Третьим признаком, по которому можно выделить типы бирж удаленной работы, является *способ регистрации* фрилансера на портале. В большинстве случаев регистрация является открытой: относительно простой и бесплатной, не требующей ввода персональных данных или подтверждения квалификации. Однако для бирж копирайта характерно использование при регистрации дополнительных заданий для определения уровня компетенции претендента: это, например, тест по русскому языку, написание пробных статей на заданную тематику, перевод фрагмента текста и т.д. (биржи Contentmonster.ru, Miratext.ru). Реже встречаются биржи с закрытой регистрацией, попасть на которые можно либо по рекомендации уже зарегистрированного пользователя, либо в определенные периоды, когда регистрация объявляется открытой, а затем снова закрывается (обычно «открытый» период длится не более 2–3 дней) (например, биржи копирайта Textbroker.ru, Miratext.ru).

Наконец, в качестве четвертого признака типологии можно выделить *способ оплаты*, в соответствии с которым биржи могут быть разделены на порталы, использующие внешние электронные системы расчетов (WebMoney, «Яндекс.Деньги» и т.д.), и (встречаются реже) самодостаточные платформы, имеющие возможность совершать денежные операции внутри своей системы (например, биржа FL.ru).

Безусловно, выделенные нами признаки классификации бирж удаленной работы не всегда проявляются в чистом виде. Так, например, биржа может быть заявлена как платформа общей направленности, однако в реальности на ней наблюдается доминирование заказов по отдельным специальностям. На одной и той же бирже могут практиковаться сразу несколько способов распределения заказов между фрилансерами (например, система предложений, конкурс и «магазин готовых материалов»), оплата может производиться по желанию участников сделки либо внутри биржи (обычно такая функция называется «безопасной сделкой»), либо с использованием внешних платежных систем (на свой страх и риск). Основные параметры русскоязычных бирж удаленной работы для фрилансеров обобщены на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Основные параметры русскоязычных бирж удаленной работы

2.2.4. Основные институты русскоязычных бирж удаленной работы

В заключение хотелось бы обратить внимание на такой важный элемент электронных рынков удаленной работы, как уникальные институты, сформированные за время существования фрилансеров. В данной работе мы понимаем под институтами нормы, регулирующие рыночные отношения на бирже, а также инструменты — носители этих норм. По результатам обзора русскоязычных бирж удаленной работы были выделены следующие основные рыночные институты:

- верификация пользователей;
- сертификация исполнителей;
- безопасная сделка;
- арбитраж;
- система отзывов и рейтингов.

В самом общем виде *верификация* пользователей означает документальное подтверждение личности фрилансера или заказчика. Чаще всего верификацию проводят крупные электронные биржи фриланса. Обычно организаторы бирж стараются избегать радикальных мер проверки своих пользователей (например, указания паспортных данных) и предлагают пройти верификацию через электронную систему расчетов WebMoney или сервис FF (национальное бюро интернет-паспортов для жителей России). Именно такой способ подтверждения личности своих пользователей выбрали крупнейшие биржи России FL.ru, Advego.ru и Etxt.ru. Стоит отметить, что верификация может быть как обязательным, так и опциональным, но желательным параметром. Зачастую верифицированные аккаунты имеют право на получение различного рода бонусов: повышение рейтинга, доступ к расширенному пулу заказов и т.д.

Проведение *сертификации* исполнителей, цель которого заключается в определении уровня их квалификации и мастерства, также является неотъемлемой чертой крупных бирж. Стоит отметить, что делать это имеет смысл в первую очередь на специализированных порталах, пользователи которых принадлежат к одной профессиональной сфере. Квалификационные тесты могут быть как бесплатными и доступными каждому пользователю вне зависимости от его стажа и опыта работы (Etxt.ru), так и платными, доступными только узкой категории опытных профессионалов в определенный промежуток времени (Advego.ru). В обоих случаях успешное прохождение экзамена положительно влияет на рейтинг фрилансера, часто рядом с его аккаунтом появляются дополнительные значки, сигнализирующие о высоком уровне профессионализма.

Важнейшим институтом современного электронного рынка удаленной работы является сервис «безопасная сделка» (*escrow*), основная задача которого заключается в минимизации финансовых рисков при сотрудничестве заказчика и исполнителя: должна быть гарантия качественного выполнения работы со стороны фрилансера и своевременной оплаты труда со стороны клиента. В данном случае биржа выступает третьей, независимой стороной,

призванной следить за справедливостью сделки. Обычно при осуществлении «безопасной сделки» практикуется следующая схема: в тот момент, когда исполнитель берет проект в работу, со счета заказчика снимается сумма оплаты проекта и резервируется на некоторое время (перечисляется на сайт). Только после успешного выполнения задания, при отсутствии у клиента замечаний, деньги перечисляются на счет исполнителя. В случае недобросовестного выполнения работы зарезервированная сумма возвращается на счет заказчика. Одной из первых сервис «безопасная сделка» ввела крупнейшая российская биржа FL.ru. В настоящее время многие крупные русскоязычные биржи предоставляют данную услугу своим пользователям, взимая при этом процент от суммы совершаемой сделки. Некоторые биржи к процедуре «безопасной сделки» добавляют дополнительные инструменты, например, заключение официального договора (Weblancer.net). Стоит отметить, что эта система широко распространена на западных биржах, однако все еще не совсем привычна для российской аудитории, так как ограничивает свободу выбора фрилансеров и принуждает их к выплате дополнительной комиссии. Именно поэтому попытка FL.ru ввести в обязательном порядке «безопасную сделку» и ограничение на обмен личными данными для всех пользователей вызвала шквал негодования со стороны российского фриланс-сообщества.

Важным элементом любой биржи является *арбитраж*, или служба поддержки, в которую могут обратиться как исполнители, так и заказчики при возникновении проблем, разногласий и споров. Функция арбитража состоит в беспристрастном анализе конфликта и вынесении справедливого решения о выплате или возврате средств, а также в экспертной проверке качества выполненной работы. Стоит отметить, что роль арбитража на крупных рынках удаленной работы значительно возросла после введения «безопасной сделки».

Наконец, неотъемлемым признаком каждой биржи удаленной работы является *система отзывов и рейтингов*. Стоит отметить, что здесь наблюдается широкое разнообразие методологических под-

ходов: практически каждая биржа имеет свой, в чем-то уникальный метод. Так, например, отзывы могут быть как односторонними (только заказчики имеют право оставлять комментарии о работе фрилансеров), так и двусторонними (фрилансеры также могут высказывать мнение о клиентах). Рейтинги фрилансеров могут быть фиксированными (заработанные баллы сохраняются навсегда) или плавающими (высокая чувствительность рейтинга к ежедневной активности фрилансера, обнуление рейтинга каждую неделю/месяц и т.д.). Многие биржи вводят дополнительную систему белых и черных списков, которые состояются заказчиками и ощутимо влияют на рейтинг исполнителя. Стоит отметить, что система отзывов и рейтингов зачастую очень подвижна, правила могут меняться достаточно часто, что представляет безусловную трудность для фрилансеров, вынужденных постоянно адаптироваться к новым условиям.

3. ОБЗОР ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

3.1. Исследования фрилансеров

Эмпирические исследования независимых профессионалов (фрилансеров) приобрели особую популярность в конце 1990-х — начале 2000-х годов в период стремительного развития рынка фриланс-услуг в Западной Европе и США. Большинство исследований сосредоточено в основном на вопросах организации и мотивации труда, стратегиях выживания и поиска работы, а также на преимуществах и недостатках (рисках) фриланса перед традиционными типами занятости [Cohen, Mallon 1999; Fraser, Gold 2001; Kunda, Barley, Evans 2002; Osnowitz 2010]. В настоящее время научная работа в этой области продолжает активно проводиться, что подтверждается выходом значительного количества публикаций на тему самозанятости и фриланса в последние годы [Gandidi 2014; Aritzsch 2013; Fröhlich, Koch, Obermaier 2013; Süß, Becker 2013].

В связи с тем что во многих странах фриланс — все еще относительно новое явление, не имеющее массового распространения, большинство исследователей используют качественные методы сбора и анализа данных для изучения типичных представителей достаточно узкой группы независимых профессионалов в различных сферах. Вместе с этим качественная методология не дает возможности получить репрезентативные данные, позволяющие охарактеризовать всю генеральную совокупность. По этой причине в последнее время многие западные исследователи обратились к количественным методам, благодаря чему появляются ответы на ряд вопросов, касающихся социально-демографических и профессиональных характеристик фрилансеров. Стоит отметить, что многие исследователи используют также смешанную методологию, которая позволяет привлекать к анализу феноменов самозанято-

сти и фриланса одновременно и количественные, и качественные методы. Ниже будет представлена общая краткая характеристика результатов эмпирических исследований рынка фриланс-услуг, опубликованных на сегодня.

3.1.1. Качественные исследования фрилансеров

Подавляющее большинство эмпирических исследований в области самозанятости и фриланса проводится с применением качественной методологии. Чаще всего используются техники индивидуального глубинного интервью, включенного наблюдения, ведения дневников, а также метод кейс-стади. По результатам обзора наиболее значимых публикаций за последние годы в области фриланса и рынка удаленной работы было выявлено, что информационная база большинства качественных исследований чаще всего варьируется в диапазоне от 20 до 50 интервью, в редких случаях — более 60 интервью. Большинство исследований проводится в США и странах Северной и Западной Европы (Германия, Дания, Великобритания, Италия, Франция, Нидерланды), а также в Новой Зеландии.

Большинство исследователей самозанятости и фриланса в качественной методологии сосредотачивают внимание на изучении смыслов, вкладываемых фрилансерами в свою форму деятельности [Mallon, Walton 2005], положительных и отрицательных сторонах фриланса по сравнению с традиционными типами занятости [Osnowitz 2010], на нахождении баланса между работой и личной жизнью [Donnelly 2006], а также рассматривают роль социальных связей (личных и профессиональных сетей) в процессе поиска и выполнения заказов фрилансерами [Antcliff, Saundry, Stuart 2007]. Также в рамках качественной методологии широко изучаются темы индивидуальных стратегий выживания и поиска работы на рынке фриланс-услуг [Dekker 2010; Lee 2011], стратегий борьбы с неопределенностью, неоднозначностью и риском во фриланс-среде [Storey, Salaman, Platman 2005], стратегий успеха фрилансеров на рынке труда [Süß, Becker 2013]. Особое внимание исследователей привлекают изучение роли социального и культурного

капитала в конструировании неравенства между фрилансерами [Barbieri 2003], гендерная проблематика [Osnowitz 2005; Grey, Healy 2004], а также этические нормы фриланса [Fröhlich, Koch, Obermaier 2013].

Стоит отметить, что чаще всего качественные эмпирические исследования в области самозанятости и фриланса охватывают лишь одну профессиональную сферу, типичные представители которой изучаются детально. Среди наиболее популярных для исследований фриланса профессиональных областей можно выделить две основные группы. Первая, более широкая, возникла непосредственно в ходе информационной революции и связана с реализацией принципиально новых трудовых задач (медиа- и фильминдустрия, информационные и коммуникационные технологии, программирование, веб-дизайн и копирайтинг). Вторая, более узкая группа включает традиционные профессии, вооруженные новыми высокотехнологичными орудиями труда (инженеры, журналисты и писатели, переводчики, бизнес-консультанты, обслуживающий персонал).

Таким образом, существующие на сегодня качественные исследования в области фриланса, самозанятости и рынков удаленной работы позволяют получить лишь фрагментарное представление об изучаемой социальной реальности, в рамках государственных границ и определенных профессий. Вместе с этим существует потребность в более объективных статистических исследованиях в данной области, результаты которых могли бы быть обобщены для более широких групп.

3.1.2. Количественные исследования фрилансеров

Эмпирические исследования фриланса, проведенные с применением количественной методологии, встречаются значительно реже. Вместе с этим именно количественные данные позволяют получить более объективные результаты, проверить точность гипотез, установить причинно-следственные связи, а также гарантируют высокий уровень надежности и точности полученных данных.

По итогам обзора наиболее значимых количественных исследований в области самозанятости и фриланса, опубликованных в последние годы, можно сделать вывод, что чаще всего используются методы анкетного опроса (в том числе и в рамках общенациональных обследований), а также почтовый опрос, телефонный опрос, формализованные интервью. Немногим реже применяются онлайн-опросные методики. При этом размер выборки может варьироваться от 200–300 человек до нескольких десятков тысяч в зависимости от заданных целей и типа исследования. В отличие от качественных количественные исследования намного чаще обращены к изучению статуса фрилансера в целом вне зависимости от профессиональной группы, к которой он принадлежит (медиаиндустрия, переводчики и т.д.).

За всю историю эмпирических исследований фрилансеров было проведено лишь несколько исследований глобального масштаба, и только одно из них имеет мониторинговый характер. Остановимся на нем подробнее. Глобальный опрос фрилансеров (Global Freelance Survey) был проведен австралийским сайтом для фрилансеров *FreelanceSwitch.com (Envato Studio)*. На сегодня проведено две волны этого международного онлайн-опроса фрилансеров (в 2007 и 2010 гг.), в каждой из которых приняло участие более 3 тыс. фрилансеров из пяти частей света (Америка, Европа, Африка, Азия, Австралия и Океания). Опрос, хотя и имеет неакадемический характер, представляет интерес и для академического сообщества, поскольку были получены редкие количественные данные, касающиеся демографических и профессиональных характеристик фрилансеров, особенностей работы с клиентами и получения заказов. Кроме того, была собрана подробная статистика по источникам и размерам доходов фрилансеров, количеству клиентов и проектов. По результатам этих двух волн глобального исследования было составлено пособие для фрилансеров, в котором, помимо фактических данных, представлены практические советы по выживанию на рынке [Hackwith 2011].

Особо выделим регулярный опрос профсоюза фрилансеров (Freelancers Union) в США, который проводится ежегодно и охва-

тывает свыше 2,5 тыс. американских фрилансеров из различных сфер занятости во всех 50 штатах. Результаты данного опроса используются в научных публикациях, в частности, посвященных нарушениям контрактных обязательств между фрилансерами и клиентами [Rodgers, Horowitz, Wuolo 2014].

В целом исследователи самозанятости и фриланса, работающие в количественной методологии, сосредоточивают внимание на составлении статистического портрета типичного фрилансера, а также на изучении принципов организации рабочего времени, распределении дохода, факторов выбора профессии фрилансера, факторов, влияющих на профессиональный успех, факторов незащищенности и нестабильности статуса фрилансера и т.д. Некоторые примеры проведенных в последние годы эмпирических количественных исследований в области фриланса и самозанятости представлены в табл. 3.1.

Таким образом, существующие на сегодня количественные исследования фриланса позволяют получить о нем более широкое представление. Вместе с этим таких работ все еще критически мало, что обуславливает перспективность данного направления в будущем.

3.1.3. Исследования фрилансеров в смешанной методологии

Особого внимания заслуживают эмпирические исследования, проведенные в набирающей сегодня популярность смешанной методологии (так называемые мультиисследования). Основным преимуществом этого метода является возможность сочетания количественных и качественных техник в процессе изучения одного и того же феномена. Исследователи в области самозанятости и фриланса чаще всего используют следующие методологические комбинации: глубинные интервью и почтовый опрос [Baines 2002], глубинные интервью и онлайн-опрос [Donnelly 2009; Van den Born, Van Witteloostuijn 2013], наблюдение, интервью и анкетный опрос [Blair 2003]. Благодаря применению смешанной методологии уда-

Таблица 3.1. Примеры эмпирических исследований фрилансеров в количественной методологии

№	Автор	Название статьи и дата публикации	Страна	Информационная база	Изучаемый сектор	Проблематика
1	Bidwell M. J., Briscoe F.	Who Contracts? Determinants of the Decision to Work as an Independent Contractor among Information Technology Workers, 2009	США	Телефонное интервью (CATI), 1068 респондентов	Информационные технологии (IT)	Сравнительное исследование организационной и самостоятельной занятости. Проблемы социальной защищенности и стабильности работы фрилансера, факторы предпочтения выбора работы в форме фриланса: уровень навыков, образование, семейное положение, карьерная ступень
2	Bögenhold D., Heinonen J., Akola E.	Entrepreneurship and Independent Professionals: Social and Economic Logics, 2014	Финляндия	Почтовый и интернет-опрос, 733 респондента	Журналисты, переводчики, художники	Разрушение стереотипов предпринимательства, интерпретация за понятием «предпринимательство», размывание границ между предпринимательством и работой за заработную плату, баланс между работой и личной жизнью

3.1. Исследования фрилансеров

3	Briscoe F., Wardell M., Sawyer S.	Membership Has Its Privileges? Contracting and Access to Jobs that Accommodate Work-Life Needs, 2011	США	Телефонное интервью (CATI) с выпускниками пяти крупнейших университетов США, 2348 респондентов	Информационные технологии (IT)	Сравнительное исследование организационной и самостоятельной занятости. Организация работы фрилансеров: общее количество часов работы, часы работы в течение суток, рабочее место, время на отдых; баланс работы и личной жизни
4	Kitching J., Smallbone D.	Are Freelancers a Neglected Form of Small Business, 2012	Велико- британия	Официальные статистические данные Великобритании (Labour Force Survey), 120 тыс. респондентов (2011)	Все сферы занятости	Фриланс как форма малого бизнеса, концептуализация статуса фрилансера, типология фрилансеров, гетерогенность рынка фриланс-услуг
5	Leung M.	Dilettante or Renaissance Person? How the Order of Job Experiences Affects Hiring in an External Labor Market, 2014	США	Анализ транзакций на виртуальной бирже труда Elance.com, 381 516 сделок от 2779 фрилансеров	Все сферы занятости	Виртуальный рынок труда, типы фрилансеров, эраттицизм и фриланс, профессиональные стратегии фрилансеров, особенности виртуального рынка труда
6	McKeown T., Hanley G.	Challenges and Changes in the Contractor Workforce, 2009	Австралия	Анкетный опрос, 240 респондентов — все сотрудничают с одним контрактным агентством Австралии	Все сферы занятости	Социальная незащищенность и нестабильность фриланса, риски и издержки фриланса

Окончание табл. 3.1

№	Автор	Название статьи и дата публикации	Страна	Информационная база	Изучаемый сектор	Проблематика
7	Mould O., Vorley T., Liu K.	Invisible Creativity? Highlighting the Hidden Impact of Freelancing in London's Creative Industries, 2014	Велико-британия	Анкетный опрос, 637 респондентов	Творческие профессии («теле-» и фильм-индустрия, архитектура, реклама, музыка и т.д.)	Трудности учета и мониторинга фриланса, особое значение работы фрилансеров в творческих профессиях, роль профессиональных сетей во фрилансе, издержки фриланса
8	Rodgers III W.M., Horowitz S., Wuolo G.	The Impact of Client Nonpayment on the Income of Contingent Workers: Evidence from the Freelancers Union Independent Worker Survey, 2014	США	Ежегодное обследование фрилансеров (Freelancers Union's Annual Independent Worker Survey), 2508 респондентов	Все сферы занятости	Неоплата проекта заказчиком; способность письменного контракта уменьшить риски неоплаты, зависимость величины дохода фрилансера от факта наличия письменного контракта с клиентом
9	Van den Born A., Van Witteloostuijn A.	Drivers of Freelance Career Success, 2013	Нидерланды	Онлайн-опрос, 1600 респондентов	Все сферы занятости	Факторы карьерного успеха фрилансеров; карьера и предпринимательство

лось ответить на ряд важных вопросов, связанных с проблемами профессиональной изоляции фрилансеров и значимостью навыков ведения переговоров во фриланс-среде, соотношением физических и эмоциональных достоинств и недостатков работы на дому, ролью репутации в профессиональных сетях фрилансеров, а также с вопросом гендерного неравенства во фриланс-среде.

В целом обзор наиболее значимых эмпирических исследований самозанятости и фриланса, проведенных за последние годы, позволяет сделать вывод о высоком научном потенциале в сфере количественной методологии применительно к данной сфере. Если качественные исследования сравнительно небольшого масштаба позволили углубить знания об отдельных аспектах фриланса в определенных профессиональных сферах, то количественные исследования открывают широкую перспективу дальнейшего изучения общих демографических и профессиональных характеристик фрилансеров, проблем организации их рабочего времени, способов взаимодействия с заказчиками и т.д.

3.2. Исследования рынков удаленной работы

Среди эмпирических работ в сфере самозанятости и фриланса особое внимание заслуживают исследования, затрагивающие тематику современной инфраструктуры рынка фриланс-услуг, обусловленной стремительным развитием информационных и коммуникационных технологий. Стоит отметить, что, несмотря на масштабный количественный рост и развитие рынков (бирж) удаленной работы — онлайн-платформ, выполняющих посредническую функцию между фрилансерами и заказчиками их услуг, — социологических исследований, проведенных в этой сфере, все еще критически мало. Ниже представлен краткий обзор ключевых эмпирических работ, освещающих проблематику информационных и коммуникационных технологий в контексте рынка фриланс-услуг. Особое внимание уделяется исследованиям рынков (бирж) удаленной работы.

В ряде статей, посвященных общим положениям феномена самозанятости, обсуждаются широкие возможности для удаленной работы, предоставляемые новейшими информационными и коммуникационными технологиями, а также сетью Интернет. Так, некоторые исследователи отмечают, что активное использование коммуникационных онлайн-технологий приводит к кардинальным изменениям в организации труда, а также к трансформации границ между рабочим и личным временем у фрилансеров [Tremblay, Genin 2008]. В этом русле были предприняты попытки построения типологий фрилансеров, исходя из нового восприятия временных, пространственных и психологических границ между работой и личной жизнью [Sayah 2013].

Часть исследований, направленных на изучение влияния информационных технологий на рабочий процесс фрилансеров, заостряют внимание на том, что наряду с положительными последствиями компьютеризации и использования Интернета (преодоление государственных границ, выбор удобного времени и места выполнения проекта и т.д.) существуют и скрытые отрицательные. Так, например, отмечается, что фрилансеры не используют в полной мере возможности, предоставляемые Всемирной сетью: вместо поиска заказчиков по всему миру и обретения независимости многие из них продолжают зависеть от одного клиента, который зачастую является бывшим работодателем [Baines 1999]. Изучая влияние коммуникационных и информационных технологий на рабочий процесс, исследователи также говорят о снижении качества жизни фрилансеров в целом: работа в неурочные часы (ночью, в выходные), чрезмерная нагрузка, круглосуточный мониторинг новых проектов на бирже удаленной работы, психологический дискомфорт, вызванный чувством нестабильности и неуверенности в завтрашнем дне [Baines 2002; Gold, Mustafa 2013].

Наконец, часть исследователей обращаются напрямую к изучению статуса телеработы, т.е. работы, осуществляемой на дистанции (преимущественно из дома) посредством современных средств коммуникации [Wilks, Billsberry 2007]. В этом направлении была проведена концептуализация понятий «телеработа», «работа на

дому» и «портфель работ» по отношению к рынку фриланс-услуг [Fraser, Gold 2001]. Некоторые исследователи сосредоточиваются на изучении возможностей выражения и мобилизации интересов фрилансеров через веб-сети и интернет-сообщества [Saundry, Stuart, Antcliff 2007].

Однако научные работы, нацеленные на изучение влияния коммуникационных и информационных технологий на организацию фрилансерами своей трудовой деятельности, зачастую оставляют без внимания такое важное явление, как возникновение и развитие бирж удаленной работы, выполняющих функцию инфраструктуры рынка фриланс-услуг. Остановимся подробнее на основных результатах тех исследований, где эта тема освещается.

Впервые тему уникальных возможностей онлайн-пространства для осуществления фрилансерами трудовой деятельности поднял американский ученый Томас Малоун. В своих работах исследователь констатирует зарождение так называемой экономики электронных фрилансеров (e-lance economy), которая полностью основывается на электронных сетях обмена информацией и данными, а также ориентирована на отдельных индивидов или небольшие временные группы работников, а не на огромные транснациональные корпорации [Malone, Laubacher 1998]. Малоун делает ряд предположений о будущем развитии экономики электронных фрилансеров. С одной стороны, становится возможной перспектива роста личной свободы и материального достатка, развития творческого потенциала, высвобождения времени для отдыха и саморазвития. С другой стороны, существует риск дезинтеграции и социальной изоляции индивидов, а также роста социального неравенства в обществе. Работы Малоуна во многом предвосхитили современные исследования в области анализа функционирования электронных бирж удаленной работы для фрилансеров.

На сегодня в данной сфере уже накоплен определенный эмпирический материал. В первую очередь, обращают на себя внимание общие статьи обзорного характера, посвященные электронным рынкам в целом, анализу существующих эмпирических и теоретических исследований, а также статистических данных по этой те-

матике [Agrawal et al. 2013; Aguinis, Lawal 2012; Horton 2010; Hong, Pavlou 2012]. Они выполняют важнейшую роль аккумуляции знания и организации эмпирической информации, служат своего рода маяками, направляющими дальнейшие исследования в этой области.

Однако стоит отметить, что эмпирические исследования бирж удаленной работы зачастую ограничены по ряду параметров. Во-первых, большинство из них проведено в чисто экономическом ключе: во внимание принимаются такие факторы, как коммуникационные и поисковые издержки, барьеры на вход и на выход, уровень конкуренции и гетерогенности услуг и т.п. [Kim, Wulf 2010]. Эмпирических социологических работ в данной сфере чрезвычайно мало. Так, например, можно отметить количественное исследование международной биржи удаленной работы eLance.com, проведенное М.Д. Лиангом [Leung 2014], а также исследование в смешанной методологии под руководством Б. Каравэй по изучению функционирования биржи oDesk.com [Caraway 2010]. Авторы сосредоточивают внимание на изучении дискриминации определенных типов работников в онлайн-пространстве бирж, профессиональных стратегий, репрезентаций интересов фрилансеров через биржи труда и т.д.

Во-вторых, даже чисто экономические исследования зачастую освещают чрезвычайно узкие аспекты функционирования бирж удаленной работы. Одним из таких аспектов являются проблемы функционирования аукционов и взаимного отбора заказчиков и исполнителей [Ögüt 2011; Radkevitch, Van Heck, Koppius 2008; Snir, Hitt 2003].

В-третьих, подавляющее большинство эмпирических исследований в данной сфере опирается в основном на количественные данные бирж о своих пользователях и совершенных транзакциях, что приводит к привлечению очень ограниченного числа переменных [Gefen, Carmel 2008; Hong, Pavlou 2012]. Так, данные бирж не содержат даже таких базовых социально-демографических показателей, как пол или возраст, что не позволяет должным образом контролировать по принципу «при прочих равных» в регрессионном анализе.

Наконец, многие из подобных работ выдержаны в рамках управленческой перспективы, что означает нацеленность на получение практических рекомендаций по совершенствованию процедур рекрутинга для фирмы-клиента [Thomas 2012; Banker, Hwang 2008; Aguinis, Lawal 2013; Yoganarasimhan 2013]. Исследования этого типа представляют взгляд со стороны заказчика, а не исполнителя-фрилансера. Также стоит отметить, что все существующие на сегодня эмпирические исследования рынков удаленной работы рассматривают, как правило, только англоязычные биржи, упуская из анализа ряд перспективных и динамично развивающихся национальных бирж. Некоторые примеры эмпирических исследований рынков удаленной работы, проведенных в последние годы, представлены в табл. 3.2.

Таблица 3.2. Примеры эмпирических исследований рынков удаленной работы

№	Автор	Название статьи и дата публикации	Проблематика	Информационная база	Методология
1	Öğüt H.	Factors Affecting Professionals' Selection in High and Low-Value Online Service Procurements, 2011	Определение факторов выбора исполнителей на удаленных биржах труда для заказов с высокой и низкой стоимостью, вероятность выигрыша в аукционе	Биржа Freelancer.com. (анализ 32 119 проектов)	Логистическая регрессия
2	Gefen D., Carmel E.	Is the World Really Flat? A Look at Offshoring at an Online Programming Marketplace, 2008	Факторы выбора исполнителя заказчиком на бирже удаленной работы, фактор репутации	Replacode.com сейчас является частью Freelancer.com (анализ 263 000 ставок от 31 000 пользователей из 70 стран)	Логистическая регрессия
3	Lin M., Goes P.	Does Information Really "Unrave"? Understanding Factors that Motivate Sellers to Seek Third-Party Certifications in an Online Labor Market, 2012	Факторы мотивации получения независимого сертификата (third party certification) на онлайн-рынках удаленной работы	vWorker.com сейчас является частью Freelancer.com (анализ попыток прохождения экзамена на получение сертификата в различные периоды)	Регрессия
4	Ghani E., Kerr W.R., Stanton C.	Diasporas and Outsourcing: Evidence from oDesk and India, 2014	Роль национальных факторов в процессе выбора исполнителей на удаленных биржах труда (на примере индийской диаспоры)	oDesk.com (анализ проходил в период с 2005 по 2010 г.)	Регрессия

3.2. Исследования рынков удаленной работы

5	Leung M.D.	Dilettante or Renaissance Person? How the Order of Job Experiences Affects Hiring in an External Labor Market, 2014	Типы исполнителей на рынке удаленной работы, дискриминация на бирже труда, концепция эрратизма, профессиональные стратегии фрилансеров	elance.com (анализ 381 516 ставок от 2779 фрилансеров)	Логистическая регрессия
6	Kim J.Y., Wulf E.	Move to Depth: Buyer-Provider Interactions in Online Service Marketplaces, 2010	Различия стратегий поиска исполнителей на бирже удаленного труда в зависимости от опыта заказчика; чувствительность к цене и склонность к коммуникации	Одна из крупнейших бирж удаленной работы, построенная по принципу аукциона* (анализ 31 879 проектов в период 1 июля 2008 г. — 25 ноября 2008 г.)	Регрессия
7	Hong Y., Pavlou P.A.	Are Global Online Labor Markets Truly "Flat"? Global Frictions and Global Labor Arbitrage, 2012	Применение гипотезы «плоского» мира (flat world) к глобальным онлайн-биржам труда; анализ факторов языка, временной зоны, культурных различий при выборе заказчика	Одна из крупнейших глобальных бирж удаленной работы* (анализ 657 739 ставок)	Регрессия
8	Snir E.M., Hitt L.M.	Costly Bidding in Online Markets for IT Services, 2003	Теория аукциона, поведение участников рынка удаленной работы во время аукционов и совершения сделок, издержки аукциона	Одна из крупнейших бирж удаленной работы в сфере компьютерных технологий* (анализ 5587 проектов в период 1 января 2000 г. — 24 августа 2001 г.)	Регрессия

* Название биржи не упоминается авторами статьи по соглашению о конфиденциальности информации.

4. ПЕРЕПИСЬ ФРИЛАНСЕРОВ: МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

4.1. Обоснование метода

Изучение работников, практикующих нестандартную занятость — собственно, фрилансеров, — представляет непростую задачу для исследователей во всем мире. Имеющиеся на сегодня статистические и опросные данные не позволяют оценить численность электронных фрилансеров ни в России, ни в других странах мира. При отборе респондентов сложно полагаться на самоидентификацию работников, исследователи должны выработать четкие критерии, кого следует относить к целевой аудитории, а кого нет. Текущий трудовой статус самозанятых профессионалов, как правило, расплывчат, не определен и нигде четко и однозначно не зафиксирован. Кроме того, он может достаточно часто и быстро меняться с течением времени [Theodore, Valenzuela, Meléndez 2006; Ashford, George, Blatt 2007]. Соответственно данная группа работников является трудно идентифицируемой, мы не можем составить точный перечень фрилансеров, предоставляющих свои услуги удаленно. С похожей проблемой часто сталкиваются исследователи, изучающие людей, вовлеченных в предпринимательскую деятельность [Давидссон 2014].

В 2009 г. в рамках Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ была предпринята попытка количественно измерить численность фрилансеров в России¹. Респондентам был задан вопрос: *«В настоящее время су-*

¹ Проект «Инновации: новые товары и услуги в нашей жизни». Репрезентативная выборка по России. Количество респондентов $N = 1604$.

ществуют различные формы занятости. Кто-то работает в штате организации или на частное лицо, кто-то является предпринимателем. А некоторые люди являются независимыми специалистами, выполняющими работы по разовым заказам или для разных заказчиков. Их называют “фрилансерами”. Скажите, пожалуйста, можно ли Вас лично назвать “независимым специалистом”? Если Вы сейчас не являетесь независимым специалистом, то планируете ли Вы стать им в будущем?».

Положительно на данный вопрос ответили, т.е. назвали себя «фрилансерами» в настоящее время, 4,7% опрошенных (75 человек в выборке). Более внимательный, детальный анализ показал, что далеко не все они являются высококвалифицированными специалистами. Так, например, 38% из них не пользовались компьютером и 46% не пользовались Интернетом за последние 3 мес. Кроме того, 78% респондентов в этой группе не имели высшего образования (в основном встречались люди со средним и средним специальным образованием — 37 и 26% соответственно); 14% отнесли себе к категории ремесленников, 18% сказали, что являются квалифицированными рабочими, а 11% — разнорабочими. Среди этих «фрилансеров», в частности, наряду с программистами и дизайнерами оказались дворники, курьеры, чабаны, строители, электрики, трактористы, водители грузовиков, бурильщики и представители многих других, довольно экзотических специальностей и профессий. Естественно, группа, получившаяся в ходе такого самоотбора, оказалась настолько неоднородной, что использовать полученные данные для идентификации настоящих фрилансеров было бы некорректно.

Одной из возможностей операционализации является определение электронных фрилансеров как пользователей специализированных интернет-ресурсов — бирж удаленной работы [Aguinis, Lawal 2013]. Для электронных фрилансеров эти биржи играют важную роль в поиске заказов, хотя далеко не для всех. В частности, фрилансеры могут получать заказы напрямую от постоянных клиентов, через посредников, по рекомендациям, с помощью собственного сайта и (или) страницы в социальной сети и т.п.

Тем не менее факт использования бирж удаленной работы или, по крайней мере, регистрации на них очень важен для нас, поскольку именно они в настоящее время формируют глобальные рынки электронных услуг для самозанятых профессионалов. Однако попытки оценить с их помощью численность интернет-фрилансеров также наталкиваются на ряд методологических трудностей, схожих с проблемами, с которыми пришлось столкнуться социологам, исследовавшим рынок поденщиков (day laborers) [Theodore, Valenzuela, Meléndez 2006; Valenzuela et al. 2006].

Прежде всего структурно и содержательно неопределенной является сама совокупность бирж удаленной работы. В России и за рубежом есть множество разных веб-сайтов, интернет-сообществ и других онлайн-ресурсов, выступающих в качестве площадок для функционирования рынков электронных услуг. Они постоянно возникают, приходят в упадок (фактически не функционируя и не поддерживаясь со стороны модераторов и администраторов) и, в конце концов, умирают.

Но даже если выделить пул крупнейших, давно существующих, наиболее стабильных и активных интернет-ресурсов, то подсчет их аудиторий не решает проблемы, так как в данном случае мы имеем дело только с аккаунтами, но не с реальными людьми. В частности, один и тот же человек может быть зарегистрирован одновременно на многих ресурсах и активно пользоваться ими всеми. Более того, фрилансер, преследуя те или иные цели, может зарегистрироваться даже на одном и том же ресурсе несколько раз под разными именами. Таким образом, у одного человека может быть несколько аккаунтов, и, следовательно, простое суммирование здесь не годится. В отличие от поденщиков интернет-фрилансеры могут одновременно находиться во многих виртуальных местах. Кроме того, они могут заходить на сайт, пользоваться им, искать подходящие проекты, но при этом не регистрироваться.

Следующая проблема заключается в том, что фриланс как вид трудовой деятельности имеет разное значение в жизни зарегистрированных пользователей бирж удаленной работы. Для кого-то это основная работа, а кто-то не получил ни одного заказа и разоча-

ровался, кто-то попробовал и бросил. Человек может зарегистрироваться, но при этом не быть сколько-нибудь активным пользователем. В частности, он может редко или нерегулярно заходить на сайт, поскольку основная часть заказов приходит к нему через социальные сети, через его знакомых. Или он может быть занят выполнением долгосрочных проектов и поэтому не ищет новых заказчиков. Или, например, может одновременно работать по найму в организации, а фриланс рассматривать лишь как случайную подработку.

В качестве дополнительных ограничений можно отметить и то, что по своей природе биржи удаленной работы интернациональны, поэтому использование их данных применительно к национальной рабочей силе требует учета гражданства или места проживания, а такая информация не всегда является неизменным условием регистрации или не открывается биржами. Кроме того, многие сайты не предоставляют информации отдельно о фрилансерах и заказчиках, а дают лишь общие показатели по зарегистрированным пользователям.

Невозможность однозначной идентификации влечет за собой отсутствие какой-либо официальной статистики, позволяющей численно охарактеризовать данную группу работников и соответственно представить структуру нашей генеральной совокупности. Мы не знаем, сколько этих людей в стране, не знаем и кто они такие — какова доля женщин среди фрилансеров, их возрастная и образовательная структура. Соответственно нет возможности обосновать репрезентативность выборки при проведении целевого социологического исследования данной категории работников.

Единственный параметр, который возможно отслеживать, — профессиональная структура интернет-фрилансеров. По сути, только этот вопрос является обязательным при регистрации на любой бирже удаленной работы, причем все пользователи дают на него честный ответ, поскольку сами не заинтересованы в обмане. Фрилансеры указывают свою специализацию, т.е. вид деятельности, в котором считают себя профессионалами, выделяя ту работу,

которую готовы выполнять. Но классификация видов деятельности тоже может различаться на разных сайтах. В частности, как уже было сказано выше, существуют общие сайты для широкого круга специалистов, где набор возможных занятий достаточно велик, и специализированные сайты, объединяющие, например, фрилансеров-копирайтеров или программистов, где возможно более мелкое деление на отдельные виды деятельности. Иногда бывает, что один человек обладает разными квалификациями (т.е. мы имеем дело со структурой навыков). На одних сайтах он имеет возможность указать в своем профиле сразу несколько видов деятельности, на других должен выбрать только одну, самую главную специализацию.

Осложняет задачу определения численности и структуры генеральной совокупности тот факт, что свободная занятость пока еще недостаточно широко распространена в России, поэтому изучаемая группа является относительно небольшой. Соответственно ни один из традиционных методов опроса, где возможна вероятностная выборка (квартирный, телефонный, почтовый), не позволяет отобрать необходимое число респондентов, чтобы с достаточной степенью точности и надежности охарактеризовать социально-демографическую структуру данной категории работников. Многие специфические для фрилансеров вопросы, непосредственно связанные с их трудовой деятельностью и трудовыми отношениями, остаются нераскрытыми в подобных общенациональных исследованиях, а сами исследования требуют существенных материальных и временных затрат.

Таким образом, мы не можем использовать стандартные социологические методы, основанные на построении вероятностной выборки (probability sample). Социологами, исследовавшими рынок поденщиков, который по своим основным характеристикам, как было показано выше, достаточно близок к рынку электронных фрилансеров, применялась выборка, локализованная с точки зрения времени и пространства (time-location sampling) [Theodore, Valenzuela, Meléndez 2006; Valenzuela et al. 2006]. Мы также решили опираться на эту методику, адаптировав ее к уникальным особен-

ностям изучаемого нами рынка, который по своей природе является виртуальным, и где основная часть взаимодействий происходит в онлайн-пространстве. В частности, очевидно, что в силу специфики своей работы электронные фрилансеры являются активными пользователями Интернета и проводят там значительную часть времени. На Западе исследования подобных групп, тесно связанных с Интернетом, проводятся с помощью онлайн-опросов [Van Selm, Jankowski 2006; Wright 2006], поэтому и в России было бы логично пойти тем же путем.

Анализ структуры рынка удаленной работы для русскоязычных интернет-фрилансеров показал наличие доминирующего игрока, которым является биржа удаленной работы FL.ru. Мы предполагаем, что активные фрилансеры при прочих равных предпочитают пользоваться наиболее крупным ресурсом, существующим на данном рынке. Их привлекает большое число потенциальных контрагентов (фрилансеров и заказчиков), развитая инфраструктура, большие функциональные возможности. Поэтому для проведения опроса мы выбрали именно сайт FL.ru, рассматривая его постоянную аудиторию в качестве генеральной совокупности нашего исследования.

4.2. Организация опроса

Эмпирические данные были получены нами в ходе трех этапов мониторингового исследования «Перепись русскоязычных фрилансеров», проведенного в начале 2009, 2011 и 2014 гг. (конкретные даты опросов указаны в табл. 4.1). При этом во всех трех случаях использовалась одна и та же методология сбора данных.

Русскоязычная анкета нашего исследования была размещена на сайте FL.ru (Free-lance.ru) в формате веб-документа. Участие в исследовании являлось добровольным, без каких-либо материальных или нематериальных стимулов для респондентов. Всем зарегистрированным пользователям по электронной почте было отправлено приглашение принять участие в опросе, а на самом сайте был вывешен рекламный баннер. Кроме того, чтобы проверить

Таблица 4.1. Основные характеристики Переписи русскоязычных фрилансеров

	Дата проведения опроса		
	2009 г.	2011 г.	2014 г.
	(15 декабря 2008 г. — 3 февраля 2009 г.)	(25 февраля — 29 марта 2011 г.)	(12 декабря 2013 г. — 6 февраля 2014 г.)
<i>Кол-во респондентов</i>			
Действующие фрилансеры	11 236	9698	14 537
Активные фрилансеры	8613	7179	10 574
Доля фрилансеров, зарегистрированных на FL.ru (Free-lance.ru), %	94,0	94,8	95,4
Доля фрилансеров, также зарегистрированных на других биржах удаленной работы, помимо FL.ru (Free-lance.ru), %	51,6	53,5	...*
Количество вопросов	49	54	40
Медианное время заполнения анкеты, мин	13,9	12,8	11,1

* Вопрос не задавался.

нашу гипотезу о доминирующей роли данного интернет-портала на рынке услуг электронного фриланса, мы разместили информационное сообщение на более чем 50 тематических интернет-ресурсах (сайты, форумы, виртуальные сообщества, блоги), предназначенных для поиска удаленной работы. В результате оказалось, что подавляющее большинство наших респондентов (94–95%) зарегистрировано на FL.ru, но при этом более половины из них (52–53% от общего числа опрошенных) зарегистрированы также на других биржах удаленной работы (Weblancer.net, Web-lancer.com, Freelancer.com и т.д.), что говорит о значительном пересечении аудиторий различных интернет-порталов. И лишь немногие респонденты (3–4%) не имеют аккаунтов на специализированных ресурсах для фрилансеров.

Количество людей, откликнувшихся на приглашение принять участие в исследовании, оказалось достаточно велико. При этом обнаружилось, что если в ходе традиционного телефонного или квартирного опроса данные к исследователям поступают от-

носителем равномерно (при условии эффективной работы интервьюеров), и количество опрошенных линейно зависит от потраченного времени, то в случае интернет-анкетирования данная зависимость является скорее логарифмической. Если не проводится дополнительного стимулирования респондентов, например, посредством повторных рассылок приглашений или размещения ссылок на анкету на сторонних ресурсах, то процесс получения новых данных быстро затухает. Как видно из рис. 4.1, на котором накопленным итогом представлено количество заполненных анкет по дням, динамика набора респондентов в каждой из трех волн имела свои особенности. В ходе опроса (2009 г.) уже за первые сутки после рассылки и размещения информации на сайте было собрано более 5 тыс. анкет от активных фрилансеров², за вторые сутки — почти 7 тыс., но в дальнейшем увеличение числа респондентов происходило существенно меньшими темпами. В результате 95% анкет было собрано за первые 10 дней, а оставшиеся 5% очень медленно были заполнены за последующие 40 дней вплоть до момента окончания опроса.

В ходе подготовки второй волны исследования произошла задержка с программированием и размещением анкеты на сайте. Мы не успели запустить опрос в середине декабря и были вынуждены перенести его старт на февраль 2011 г., посчитав, что начинать опрос в период новогодних каникул или сразу после них нежелательно: это могло привести к существенному снижению отклика со стороны респондентов. Соответственно сроки проведения опроса были сокращены до 1 мес., так как в ответах на некоторые вопросы анкеты (среднемесячный доход, количество заказчиков, проектов и т.д.) респондентам требовалось указать значения за предыдущий, 2010 г., а спрашивать их об этом в апреле было поздно. При этом

² Реальное количество людей, ответивших на анкету, было еще выше. Активные фрилансеры — это респонденты, оставшиеся в массиве данных после исключения малонаполненных, недостоверных анкет, а также нерелевантных для нашего исследования потенциальных, начинающих, разовых и бывших фрилансеров. Подробнее о различных категориях опрошенных см. далее в подразделе 4.3 «Выделение целевой группы».

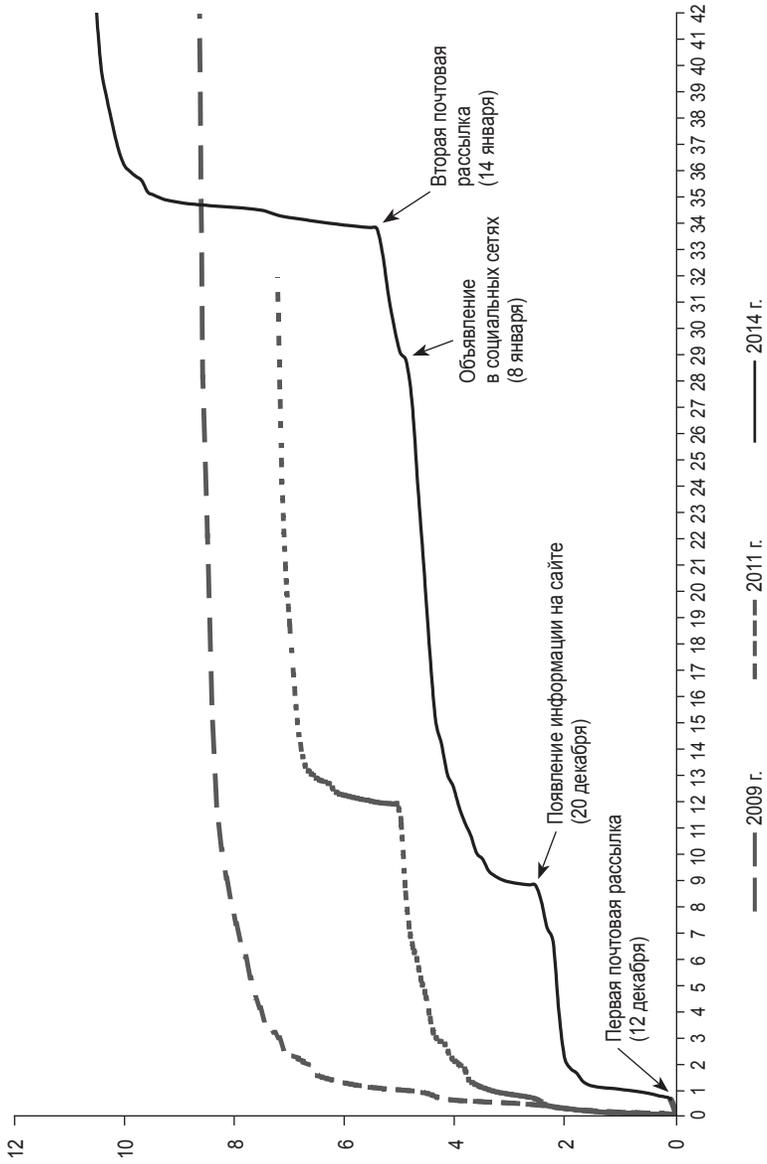


Рис. 4.1. Динамика заполнения анкет по дням (активные фрилансеры), тыс. человек

по итогам первых дней опроса стало очевидно, что число ответивших существенно отстает от показателей 2009 г. Опрос был начат нами в пятницу во второй половине дня, и это, по всей видимости, оказалось большой ошибкой, так как информационное сообщение осталось незамеченным многими потенциальными респондентами в преддверии двух выходных дней. В результате мы приняли решение повторить почтовую рассылку спустя 12 дней после начала опроса. Это позволило получить дополнительные 2 тыс. анкет от активных фрилансеров, хотя на уровень 2009 г. нам выйти так и не удалось.

Иную картину нам пришлось наблюдать в ходе последней волны исследования, проходившей зимой 2014 г. Опрос стартовал в середине декабря (так же как и в ходе первой волны за 5 лет до этого), была сделана почтовая рассылка зарегистрированным пользователям, однако общее количество активных фрилансеров, ответивших на анкету в первые дни, едва превысило 2 тыс. человек. В результате нам пришлось предпринимать дополнительные усилия для стимулирования активности респондентов. На этот раз информационные баннеры на сайте появились не одновременно с почтовой рассылкой, а лишь спустя 8 дней после начала опроса. Это позволило увеличить массив еще примерно на 2 тыс. человек. Уже после Нового года были размещены объявления на страницах сообщества FL.ru в социальных сетях («ВКонтакте», «Фейсбук»), однако это не привело к заметному росту числа респондентов. Наконец, 14 января, во вторник, после окончания долгих новогодних каникул, была произведена вторая почтовая рассылка. Как видно из рис. 4.1, это привело к резкому лавинообразному росту числа заполненных анкет — сразу на 4 тыс. только за первые сутки. Судя по всему, важную роль здесь сыграл удачно выбранный момент для рассылки: до Нового года большинство фрилансеров было, по-видимому, озабочено завершением текущих проектов и подготовкой к праздникам, и им было не до опросов. А после каникул люди с жадностью «накинулись» на анкету, поскольку еще не успели втянуться в нормальный рабочий ритм, и им надо было чем-то занять себя. В результате так неудачно начинавшийся опрос 2014 г.

оказался самым успешным с точки зрения общего количества анкет, заполненных активными фрилансерами.

Методологические исследования показывают, что при проведении онлайн-опросов очень важным является умение исследователя удерживать внимание респондентов до самого конца, добиваясь того, чтобы они заполнили анкету полностью, не пропуская никаких вопросов и не прерывая опрос раньше времени. Если человек считает, что тема исследования ему не интересна, вопросы слишком сложны или их слишком много, он может в любой момент закрыть страницу интернет-браузера, и мы потеряем респондента. Это особенно важно, учитывая, что интернет-пользователи — люди, как правило, дорожащие своим временем. Поэтому их трудно уговорить на участие в длительном интервью, и возможности исследователя здесь крайне ограничены, поскольку отсутствует непосредственный контакт с респондентом. Анкеты, размещаемые на главных страницах веб-сайтов, содержат обычно от одного до трех вопросов. Даже если индивид согласится ответить на более подробную анкету, все равно мало кто решится включить в нее более 25 вопросов.

Мы же стремились провести полноценное исследование, покрывающее широкий спектр социально-экономических и профессиональных тем, и рассчитывали, что проблематика исследования сама по себе будет интересна активным фрилансерам, и это стимулирует их ответственно отнестись к заполнению анкеты. Поэтому наша анкета содержала значительно больше вопросов: 49 — в 2009 г. (включая один табличный), 54 — в 2011 г. и 40 — в 2014 г. (включая два табличных). В каждой анкете было использовано несколько вопросов-фильтров, поэтому респондент мог пропустить часть вопросов, которые были для него нерелевантны. Многие вопросы повторялись в неизменном виде во всех трех волнах исследования, что дает нам возможность проанализировать динамику и изменения на пятилетнем временном интервале ключевых индикаторов, которые характеризуют структуру, предпочтения, ценности и установки русскоязычных интернет-фрилансеров.

Медианное время заполнения анкеты составило 13,9 мин в 2009 г., 12,8 мин в 2011 г. и 11,1 мин в 2014 г. А 20 мин было достаточно во всех трех волнах для 74–83% респондентов (рис. 4.2). Мы добивались сокращения среднего времени заполнения анкеты как уменьшая общее количество вопросов, так и упрощая их. Так, например, в 2011 г. все вопросы, которые ранее задавались в открытой форме и были по сути интервальными (например, доля доходов от фриланса в общем заработке, количество заказчиков и выполненных проектов и т.д.), были заменены ранговыми. Это существенно упростило респондентам ответы на них, одновременно повысив долю ответивших и сократив время заполнения анкеты.

В целом можно сказать, что результативность опроса фрилансеров превзошла наши самые смелые ожидания. Мы убедились, что широкомасштабное международное онлайн-исследование, включающее опрос нескольких тысяч человек по всему миру, можно

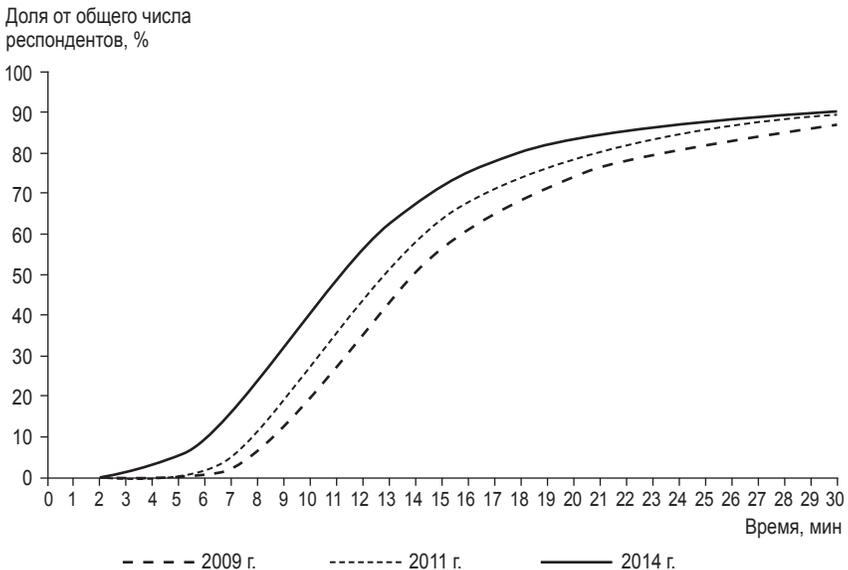


Рис. 4.2. Продолжительность заполнения анкеты

провести в течение месяца. Это соответственно позволило нам существенно снизить величину случайной ошибки измерения. Кроме того, мы получили возможность внутри всей нашей совокупности респондентов исследовать малые специфические подгруппы, численность которых в выборке составляет лишь несколько процентов.

4.3. Выделение целевой группы

Прежде чем начать работать с массивом собранных данных, необходимо было отсеять анкеты, непригодные для дальнейшего использования — пустые и недостоверные. Среди людей, целенаправленно или случайно перешедших по ссылке на страницу с опросом, ответили на первый вопрос от 64 до 79% (см. табл. 4.2 на с. 86). Остальные сразу же закрыли эту страницу, и их анкеты остались пустыми.

В онлайн-исследованиях трудно оценить степень достоверности полученных данных, проконтролировать добросовестность заполнения опросника, искренность респондентов и т.п. Все сведения о себе (пол, возраст, образование и т.п.) участник сообщает, только если считает нужным: он может давать ложные или произвольные ответы на вопросы, чтобы позабавиться или посмотреть, что из этого получится; не исключена и умышленная дезинформация. Задача верификации данных онлайн-опросов чрезвычайно затруднена, поэтому исследователям надо внимательно относиться к чистке массива и выбраковывать из него всех подозрительных респондентов.

Нами было отнесено к недостоверным от 0,3 до 1,1% от общего числа непустых анкет в каждой из волн исследования. Во-первых, были исключены респонденты, чьи ответы явно или косвенно свидетельствовали об их недобросовестном отношении к опросу. Это могли быть и логические противоречия в ответах, и ввод параметров, выходящих за границы допустимых значений, и шуточные или даже язвительные ответы на открытые вопросы. Во-вторых, были исключены респонденты, слишком быстро по сравнению

с остальными ответившие на все вопросы анкеты. Возникло подозрение, что эти люди могли невнимательно читать формулировки вопросов, выбирать первые попавшиеся варианты ответов и вообще отвечать не задумываясь. Если медианное время заполнения анкеты составляло 11–14 мин, то у респондентов, исключенных из массива, оно не превышало 3–5 мин.

Очевидно, что аудитория биржи удаленной работы FL.ru существенно шире целевой группы нашего исследования, в качестве которой мы рассматривали прежде всего активных фрилансеров. Совокупность пользователей, зарегистрированных на портале и соответственно получивших письмо с приглашением принять участие в исследовании, включала не только активных, но и бывших, случайных и потенциальных фрилансеров, людей, которые не выполнили еще ни одного заказа в качестве фрилансера, просто любопытных граждан и некоторые другие периферийные категории пользователей. Во всех трех волнах исследования мы использовали два одних и тех же вопроса-фильтра, чтобы выделить именно активных фрилансеров из общего числа респондентов. Во-первых, мы рассматривали только людей, которые утверждали, что на момент проведения опроса они являются фрилансерами, и эта работа приносит им по крайней мере некоторую часть совокупного дохода. Их мы можем охарактеризовать как *действующих фрилансеров*, отсекая на данном этапе потенциальных и бывших фрилансеров, также зарегистрированных на FL.ru. Во-вторых, мы ограничили наш массив только теми респондентами, которые выполнили в качестве независимых профессионалов не менее двух оплачиваемых проектов в течение предыдущего календарного года. Именно их мы считаем *активными фрилансерами*, отделяя от начинающих и разовых, у которых мог быть либо один проект за год, либо ни одного. При этом число действующих фрилансеров в ходе наших исследований составляло от 9,7 до 14,5 тыс. человек в рамках одной волны опроса, а число активных фрилансеров, в свою очередь, — от 7,2 до 10,6 тыс. человек (табл. 4.2).

К сожалению, методика онлайн-опроса не позволяет оказывать давление на респондентов с тем, чтобы они ответили на все

Таблица 4.2. Поэтапное отсеивание респондентов и выделение целевой группы*

2009 г.		2011 г.		2014 г.		Категория
N	%	N	%	N	%	
19 383	100,0	15 737	100,0	31 676	100,0	Открыли анкету (зашли на страницу опроса)
14 936	77,1	12 467	79,2	20 141	63,6	Ответили на вопрос № 1. Остальные: пустые анкеты
14 778	98,9	12 428	99,7	20 030	99,4	Достоверные анкеты. Остальные: недостоверные анкеты
11 236	76,0	9698	78,0	14 537	72,6	Отнесены к <i>действующим</i> фрилансерам. Остальные: потенциальные и бывшие
9733	86,6	8818	90,9	13 110	90,2	Удалось идентифицировать. Остальных не удалось идентифицировать (прервали опрос, пропущенные значения)
8613	88,5	7420	84,1	11 790	89,9	Отнесены к <i>активным</i> фрилансерам. Остальные: начинающие; разовые; заказчики
8613	100,0	7179	96,8	10 574	89,7	Валидные анкеты активных фрилансеров. Остальные: мало заполненные (прервали опрос)

* В таблице приведен процент от числа респондентов, указанных в предыдущей строке. Таким образом, мы последовательно характеризуем относительное изменение выборочной совокупности на каждом шаге.

без исключения вопросы. Соответственно некоторые граждане завершают опрос раньше срока, не добравшись до конца анкеты. В частности, от 9 до 13% людей в разных волнах нашего исследования, которых мы по результатам их ответа на первый вопрос анкеты отнесли к действующим фрилансерам, прервали опрос слишком рано и не дошли до ответов на вопросы о количестве заказчиков и проектов в минувшем году. Следовательно, мы не имеем возможности определить, соответствуют ли они критериям нашей целевой аудитории. Возможно, среди них была достаточно высокая доля начинающих и разовых фрилансеров. Эти люди посчитали тему исследования нерелевантной для себя, поняли, что не могут корректно ответить на предлагаемые вопросы, и именно поэтому завершили коммуникацию.

В то же время некоторые респонденты (как активные, так и неактивные фрилансеры) прерывали опрос и на более поздней стадии — уже после того, как ответили на значительную часть вопросов анкеты. Соответственно последняя строчка в табл. 4.2 отражает количество валидных анкет активных фрилансеров, которые были использованы нами для анализа данной категории независимых самозанятых телеработников. Мы установили достаточно мягкий критерий и признавали анкету валидной в случае, если респондент ответил по крайней мере на треть всех вопросов. При этом необходимо отметить, что в 2009 и 2011 гг. основные вопросы, по которым происходила идентификация активных фрилансеров (количество заказчиков и проектов в предыдущем календарном году), располагались в середине анкеты (19–20-е и 25–26-е по счету соответственно). Поэтому практически все, кто дошел до них, рассматривались как валидные респонденты. Опрос если и прерывался, то в подавляющем большинстве случаев на более ранней стадии. Соответственно на последнем шаге в процедуре отбора (табл. 4.2) отсеялся минимальным. А в 2014 г. эти вопросы стояли в начале анкеты (11–12-е по счету), и, к сожалению, уже после того, как на них был дан ответ, многие респонденты прервали опрос. Поэтому на последнем шаге 10% анкет активных фрилансеров были отсеяны как недостаточно наполненные. Динамика, показывающая на примере опроса 2014 г. постепенное уменьшение количества респондентов, отнесенных нами к действующим и активным фрилансерам, в связи с прерыванием ими опроса, представлена на рис. 4.3.

Ниже представлена структурная схема, отражающая различные подгруппы электронных фрилансеров (рис. 4.4). Активные фрилансеры находятся в центре рисунка. Вокруг них — слой начинающих и разовых (случайных) фрилансеров, которые только входят на рынок или находятся на нем нерегулярно. Активные, начинающие и разовые фрилансеры представляют собой группу действующих фрилансеров (выделена серым цветом). Наконец, внешнюю периферию образуют заявившие о своих намерениях потенциальные фрилансеры и оставившие эту деятельность бывшие фрилансеры.

4. Перепись фрилансеров: методология и методика исследования

Кол-во людей,
ответивших на вопрос,
тыс. человек

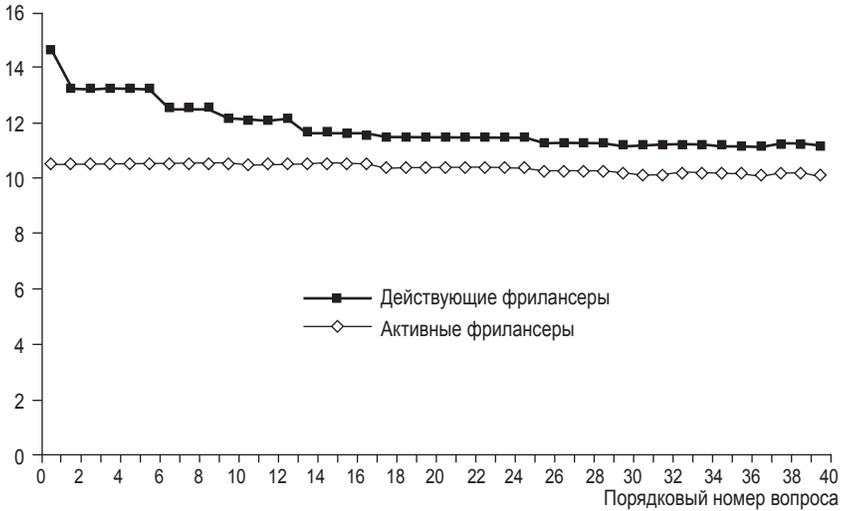


Рис. 4.3. Прерывание опроса респондентами в 2014 г.

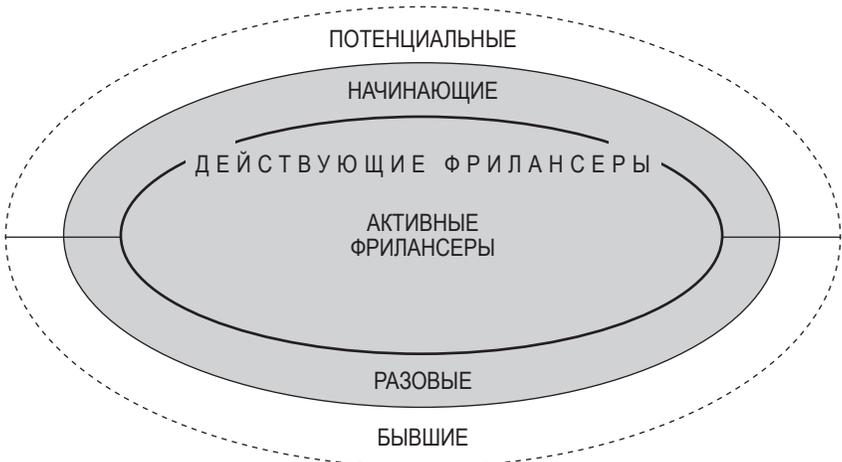


Рис. 4.4. Основные категории электронных фрилансеров

4.4. Оценка репрезентативности

Известно, что социально-демографическая структура пользователей Интернета в России кардинальным образом отличается от структуры населения в целом. Более или менее свободный доступ к Интернету есть сейчас лишь примерно у 60% населения страны. Очевидно, что результаты, полученные на основе опроса этих граждан, будут заметно отличаться от мнения остальных, поэтому величина систематической ошибки измерения здесь крайне высока. Однако мы опрашивали группу, представители которой, в силу специфики своей занятости, являются активными пользователями Интернета. Соответственно эта проблема была для нас неактуальной.

Но опасность систематических смещений результатов возникает и с другой стороны. Как правило, на анкету, размещенную в Интернете, отвечают добровольцы, т.е. те, кто сам этого хочет и кто заинтересовался темой опроса — наиболее активные и любопытные интернет-пользователи. Выборка формируется стихийно, методом самоотбора. Это осложняет контроль соответствия между выборочной и генеральной совокупностью. Отсутствует возможность отслеживать индивидов, которые читали вопросник, но по тем или иным причинам не заполнили его. Тем не менее следует заметить, что в настоящее время и в опросах «лицом к лицу» число отказов от участия в интервью возросло настолько, что часто составляет более половины всех обращений интервьюера. Исследователи отмечают и возрастающие проблемы с физическим доступом к отдельным категориям граждан, что делает невозможным проведение интервью с ними. Поэтому и здесь трудно говорить о какой-либо случайности отбора респондентов, что, впрочем, не снимает необходимости добиваться соответствия между выборкой и генеральной совокупностью [Baker et al. 2013].

Нужно еще учитывать, что в качестве нашей целевой аудитории мы рассматриваем не российских, а *русскоязычных* фрилансеров. Данный вид трудовой деятельности существует поверх государственных границ. Соответственно нам не смогли бы помочь

ни национальная статистика, ни данные национальных опросов, даже если бы они существовали в природе. В нашем опросе, например, в каждой из волн принимали участие русскоязычные фрилансеры из более чем 30 государств. Помимо России это практически все страны, представляющие бывшие советские республики: Украина, Беларусь, Казахстан, Молдова, страны Закавказья, Средней Азии и Балтии. И примерно 1% опрошенных стабильно составляют русскоязычные фрилансеры из стран дальнего зарубежья. Современные информационные технологии позволяют успешно работать в удаленном режиме, находясь буквально в любой точке планеты.

Несмотря на все эти методологические сложности, мы все-таки попытаемся оценить масштаб и характер возможных систематических смещений, которые могли быть в рамках наших опросов. В частности, важно понять, кто из активных интернет-фрилансеров, соответствующих критериям генеральной совокупности, мог не попасть в выборку и почему это произошло? Представляется, что в зоне риска оказываются следующие категории:

- фрилансеры, редко пользующиеся Интернетом;
- фрилансеры, не зарегистрированные на FL.ru;
- фрилансеры с «периферии», т.е. люди, редко заходящие на сайт, занимающиеся фрилансом нерегулярно, время от времени;
- люди, с подозрением относящиеся к социологам и опросам (опасающиеся раскрытия своих личных данных и ужесточения регулирования сферы фриланса в целом);
- сильно занятые люди, у которых «нет времени» на заполнение анкеты;
- люди, которым это не интересно, поскольку они не видят лично для себя никакой выгоды от участия в исследовании.

К сожалению, возможности социальных исследователей часто ограничены вне зависимости от того, какие именно методы сбора эмпирических данных они используют. Большинство упомянутых выше ограничений, связанных с физической недоступностью рес-

пондентов, характерны не только для онлайн-опросов, но и для вполне традиционных квартирных и телефонных опросов.

Как уже отмечалось выше, единственным обязательным вопросом при регистрации фрилансеров на биржах удаленной работы, на который все пользователи, как правило, дают правдивый ответ, является вопрос об их профессиональной специализации³. Соответственно для проверки степени репрезентативности нашей выборочной совокупности по этому единственному параметру, который нам известен, мы можем сравнить распределение ответов на вопрос о специализации, полученное в ходе опроса, с аналогичным распределением на сайте в соответствующий период. При этом следует учитывать, что, поскольку на бирже удаленной работы FL.ru одному фрилансеру может быть приписано сразу несколько специализаций (основная и несколько дополнительных), речь необходимо вести не о количестве людей, а о предложении профессиональных навыков, т.е. не об абсолютных, а об относительных показателях. Соответствующие данные представлены в табл. 4.3, и, как видно из нее, существенных расхождений между данными опроса и статистическими данными самой биржи не наблюдается.

В целом мы считаем, что выбранный метод отбора респондентов, локализованный с точки зрения времени и пространства (time-location sampling), вполне адекватен поставленным в исследовании задачам, и собранные эмпирические данные не имеют больших систематических смещений. Это можно аргументировать следующим образом.

- Группа активных фрилансеров, с которой нам приходится иметь дело, — редкая и труднодоступная. Соответственно другими методами опросить этих людей невозможно.

³ Принципы профессионального распределения на разных биржах схожи, но, чтобы добиться большей сопоставимости, нам пришлось произвести некоторую перегруппировку. Следует, однако, отметить, что в силу технических причин полностью унифицировать профессиональное распределение по разным биржам невозможно. Представленные показатели дают лишь общее представление о соотношении профессионального распределения и не претендуют на высокую точность.

Таблица 4.3. Сферы профессиональной деятельности электронных фрилансеров (по данным биржи FL.ru и Переписи фрилансеров), %

Сфера специализации	2009 г.		2011 г.		2014 г.	
	FL.ru	Опрос	FL.ru	Опрос	FL.ru	Опрос
Разработка и поддержка веб-сайтов	20	24	20	18	20	17
Программирование	10	13	11	13	11	11
Дизайн/графика	38	30	29	25	23	24
Инжиниринг	2	2	4	3	5	5
Фото	5	6	4	6	4	6
Аудио/видео	2	3	2	3	3	4
Тексты/копирайт	11	15	19	18	21	19
Переводы	6		4	6	4	6
Деловые услуги	6	8	6	8	9	9

- Электронные фрилансеры являются активными интернет-пользователями и на профессиональном уровне владеют компьютерными технологиями. Интернет-опрос для них привычен, их намного легче обнаружить и вызвать на контакт в виртуальном пространстве, нежели в реальной жизни.
- FL.ru — это крупнейший русскоязычный ресурс для электронных фрилансеров. Он покрывает широкий спектр поля.
- Нас интересуют активные фрилансеры («ядро»), и именно они с большей вероятностью ответили на вопросы анкеты, поскольку тема опроса их интересует больше, чем нерегулярных, «периферийных» фрилансеров.
- Профессиональная структура выборки хорошо совпадает со структурой зарегистрированных пользователей FL.ru.
- Мы наблюдаем устойчивость результатов по всем трем волнам исследования.
- Нас интересуют не только распределения ответов на отдельные вопросы анкеты, а в первую очередь взаимосвязи переменных и динамика показателей, а они, как правило, сохраняются даже в исследованиях, где использована неслучайная выборка [Baker et al. 2013, p. 40–41].

Таким образом, в проведенном исследовании онлайн-опрос показал свою высокую эффективность в изучении небольших целевых групп, чья деятельность непосредственно связана с Интернетом: с его помощью удалось опросить в кратчайшие сроки и с минимальными материальными затратами несколько тысяч респондентов, которые заполнили анкету, состоявшую из 50 вопросов (достаточно объемную даже для традиционных вариантов реализации метода анкетирования).

4.5. Дополнительные возможности и преимущества онлайн-опросов

Завершая описание методологии и методики нашего исследования, отметим некоторые дополнительные возможности, которые предоставляет исследователям такой метод сбора эмпирических данных, как онлайн-опрос⁴. Как правило, любые революционные начинания в науке, если они затрагивают проверенные годами методы, инструменты и алгоритмы, воспринимаются исследователями с заметной долей скепсиса и недоверия. Не является исключением и эмпирическая социология: по мере развития методов сбора данных, сначала от почтовых опросов к личным интервью, затем от интервью — к телефонным опросам, каждая новая технология встречалась с опаской. Подобной участи не избежали и интернет-опросы, однако в США этот метод уже прочно занял свою нишу, продолжает распространяться на все новые сферы деятельности и в некотором роде уже определяет приоритеты в области социологических исследований.

По сравнению с традиционными формами опросов исследования, проведенные с использованием Интернета, помогают существенно экономить время, деньги и человеческие ресурсы. Большинство издержек, связанных с созданием технических условий

⁴ Подробнее о дополнительных возможностях и ограничениях онлайн-опросов см.: [Стребков 2010б].

для сбора данных (обслуживание и эксплуатация сервера, оплата услуг провайдера, программистов и т.п.), являются разовыми, в то время как предельные издержки на привлечение одного дополнительного респондента практически равны нулю. В опросе фрилансеров, помимо оплаты трудовых затрат исследователей, программистов и дизайнера, не потребовалось дополнительных материальных вложений: не нужно было оплачивать работу интервьюеров и людей, занимающихся вводом данных; удалось сэкономить на распечатке анкет и подарках респондентам.

Важным преимуществом интернет-опросов, как и любых других видов анкетирования, является отсутствие «эффекта интервьюера». Это позволяет избежать ситуаций, когда человек, задающий вопросы, вольно или невольно может вызвать систематические смещения в ответах респондентов. Поэтому при анкетировании в ответах людей социально одобряемые варианты ответов обычно встречаются реже, нежели в ситуации беседы с интервьюером лицом к лицу. В результате удастся добиться более высокой коммуникативной адекватности и релевантности ответов с точки зрения самого респондента.

В онлайн-опросах респондент сам выбирает время и место заполнения анкеты, находится в естественных для себя условиях, привычной среде. Например, в 2014 г. около 5 тыс. анкет из 16 тыс. (31%) были заполнены респондентами в период с 21:00 до 09:00, т.е. в то время, когда проведение опроса традиционными методами либо невозможно, либо крайне затруднено (рис. 4.5).

Существенным преимуществом онлайн-опросов перед другими методами сбора эмпирических данных являются возможности программирования, которые позволяют соблюсти строгую логику проведения опроса и исключить традиционные ошибки, характерные для интервьюеров, например, зачитывание ими скрытых подсказок. Программа проверяет заполнение всех полей в анкете и в случае необходимости напоминает респонденту о том, что необходимо ответить на все вопросы. Здесь соблюдается абсолютная точность переходов от вопроса к вопросу; респондент не может увидеть вопросы и закрытия, которые ему «не

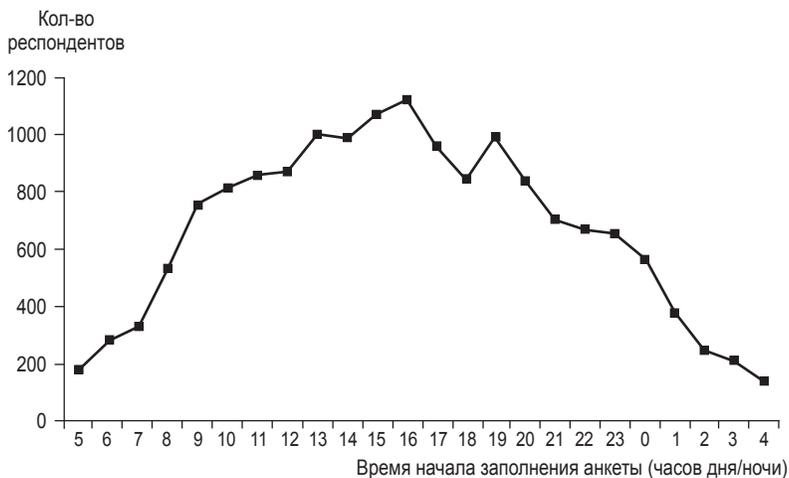


Рис. 4.5. Количество заполненных анкет в 2014 г. в зависимости от времени суток

положено» видеть; в случае необходимости существует возможность размещения вопросов на веб-странице как списком, так и поодиночке, в определенном или случайном порядке. Чтобы исключить повторное участие уже опрошенных людей в исследовании, с помощью специальных файлов cookies применяется идентификация IP-адреса компьютера, с которого на сайт с анкетой заходит респондент.

Интернет-опросы позволяют быстро и без дополнительных затрат изменять инструментарий исследования в соответствии с новыми данными (не требуется перепечатка тиража анкет). Даже когда полевой этап уже начался, после получения первых заполненных анкет исследователь, в случае обнаружения недостатков в опроснике, может оперативно их исправить и продолжить работу с преобразованной анкетой. Так, в 2009 г. курьезная ошибка в обозначении страны проживания респондента была обнаружена уже на полевом этапе: в предложенном списке была указана «Белоруссия» — это вызвало возмущение части респондентов, справедливо отметивших, что правильное название государства —

Беларусь. Ошибка была исправлена в течение нескольких часов после начала опроса. Аналогичным образом пришлось заменить «Камчатскую область» «Камчатским краем» и внести еще ряд исправлений в анкету.

Интернет дает возможность знакомить участников опроса с результатами исследования для последующего критического разбора материалов. Наличие такой обратной связи позволяет дополнительно стимулировать людей к участию в опросе. Так, по итогам каждой из волн исследования фрилансеров было получено около 50 писем от респондентов с вопросами, замечаниями, предложениями и рекомендациями, как содержательными, так и техническими. На самом портале FL.ru развернулась широкая дискуссия как о самом исследовании, так и об отдельных вопросах анкеты. В частности, ожидаемо большой резонанс вызвал вопрос о доходах фрилансеров, хотя он задавался в интервальной форме в надежде повысить достоверность собранных данных и снизить вероятность фальсификации ответов. Даже при условии соблюдения полной анонимности фрилансеры опасались, что, узнав о том, «как хорошо они живут и как много зарабатывают», во-первых, против них может активизироваться налоговая служба, во-вторых, у биржи удаленной работы появится основание пересмотреть свои тарифы в сторону повышения. Отчеты по результатам исследования, размещенные в свободном доступе на портале FL.ru спустя несколько месяцев после его окончания, также вызвали бурное обсуждение.

В опросе фрилансеров наибольшую важность для контроля качества заполнения анкет представляла фиксация следующих двух параметров: даты начала заполнения и продолжительности заполнения анкеты (с точностью до секунды). Программное обеспечение онлайн-опросов позволяет автоматически преобразовывать полученные от респондентов ответы в массив данных, готовых к обработке с помощью специальных статистических методов. Это сберегает рабочее время и снижает вероятность ошибок, происходящих во время ввода данных.

Полученные благодаря онлайн-версии опросного метода преимущества можно сгруппировать следующим образом: удобство для исследователя, обусловленное прежде всего экономией ресурсов; удобство для респондента — возможность заполнять анкету в комфортной обстановке, в удобное время, при отсутствии внешнего контроля; повышение надежности и полноты данных благодаря техническим и коммуникативным особенностям процедуры; возможность опроса крайне труднодоступных в традиционных вариантах метода групп респондентов.

5. РЕЗУЛЬТАТЫ ПЕРЕПИСИ ФРИЛАНСЕРОВ

5.1. Место жительства

5.1.1. Страна проживания

Несмотря на то что платформа FL.ru не является глобальной биржей удаленной работы (основным и единственным языком интерфейса и коммуникации между пользователями сайта является русский), ее влияние распространяется далеко за географические пределы нашей страны. Таким образом, Перепись фрилансеров не ограничивается независимыми профессионалами, проживающими на территории России, а характеризует всю совокупность русскоязычных фрилансеров, где бы они ни находились — в ближнем или дальнем зарубежье. Например, в каждой из волн нашего опроса принимали участие русскоязычные фрилансеры из более чем 30 государств. Тем не менее большинство респондентов представляют все-таки Российскую Федерацию, хотя от опроса к опросу доля жителей России среди русскоязычных фрилансеров постепенно уменьшается (с 76% в 2009 г. до 62% в 2014 г.). А вот фрилансеры с Украины за последние годы, наоборот, приобрели на рынке значительно больший вес: их доля увеличилась от 15% в 2009 г. до 26% в 2014 г. (рис. 5.1).

Жители других стран встречаются существенно реже, и здесь серьезных изменений за последние годы не наблюдается. Так, в 2014 г. 4,4% фрилансеров проживали в Беларуси, 2,1% — Казахстане, 1,7% — Молдове, 1,2% — странах Центральной Азии (Узбекистан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан), 0,6% — странах Кавказа (Армения, Азербайджан, Грузия) и 0,5% — странах Балтии (Латвия, Литва, Эстония). В целом подавляющее большинство русскоязычных фрилансеров проживают на территории

5.1. Место жительства



Рис. 5.1. Страны проживания русскоязычных фрилансеров, %

бывших советских республик, однако около 1% опрошенных стабильно составляют русскоязычные фрилансеры из стран дальнего зарубежья, представляющие Северную Америку (США, Канада) и Европу (Германия, Италия, Израиль, Греция, Чехия и т.д.), а также проживающие в Индии, Таиланде и на Филиппинах.

5.1.2. Регион проживания (для жителей России)

Что касается регионального распределения фрилансеров на территории Российской Федерации, наиболее активны с этой точки зрения крупнейшие города России, Москва и Санкт-Петербург, что обусловлено, в первую очередь, высоким уровнем образования и компьютеризации населения. При этом доля москвичей, так же как и доля россиян в целом, снижается от волны к волне. В 2009 г. их было 30,6% от общего числа российских фрилансеров, а к 2014 г. осталось только 22,1%. Около 11% фрилансеров представляют северную столицу. Также заметную роль на рынке фриланса играют жители Московской (4,7%), Новосибирской и Свердловской (по 3,2%) областей, Ростовской области и Краснодарского края

(по 2,8%), а также Челябинской, Самарской и Нижегородской областей (2,6, 2,5 и 2,5% соответственно). Наименее активны с точки зрения участия в деятельности электронного рынка удаленной работы, с одной стороны, малочисленные, а с другой — традиционные и консервативные регионы России, такие как, например, Карачаево-Черкесская Республика, Ненецкий автономный округ, Республика Ингушетия, Республика Тыва и Чукотский автономный округ (количество респондентов в них равняется нулю). Что касается остальных субъектов Федерации, то независимые профессионалы, работающие через электронную биржу труда, распределены по ним относительно равномерно и пропорционально общей численности населения того или иного региона (1,5–0,3%) (табл. 5.1).

Таблица 5.1. Регионы проживания фрилансеров из России, %

Регион	Доля в выборке, %		
	2009 г.	2011 г.	2014 г.
Москва	30,6	25,1	22,1
Санкт-Петербург	10,5	10,4	10,9
Московская область	5,0	5,3	4,7
Новосибирская область	2,6	3,3	3,2
Свердловская область	2,7	2,6	3,2
Краснодарский край	1,9	2,3	2,8
Ростовская область	2,9	2,7	2,8
Челябинская область	2,1	2,4	2,6
Нижегородская область	1,7	2,0	2,5
Самарская область	2,2	2,6	2,5
Республика Башкортостан	1,5	1,7	1,9
Республика Татарстан	2,0	1,8	1,7
Волгоградская область	1,0	1,6	1,6
Саратовская область	1,5	1,4	1,6
Воронежская область	1,7	1,8	1,5
Красноярский край	1,3	1,4	1,5
Пермский край	1,2	1,3	1,5

5.1. Место жительства

Продолжение табл. 5.1

Регион	Доля в выборке, %		
	2009 г.	2011 г.	2014 г.
Омская область	1,3	1,5	1,4
Алтайский край	1,3	1,5	1,3
Ставропольский край	1,0	1,0	1,3
Кемеровская область	1,0	1,4	1,1
Иркутская область	1,2	1,2	1,0
Ярославская область	1,1	0,9	1,0
Владимирская область	0,5	0,6	0,9
Калининградская область	0,5	0,7	0,9
Приморский край	0,7	1,1	0,9
Томская область	0,8	0,7	0,9
Белгородская область	0,5	0,7	0,8
Вологодская область	0,7	0,5	0,8
Оренбургская область	0,6	0,9	0,8
Пензенская область	0,8	0,7	0,8
Тульская область	0,8	0,7	0,8
Тюменская область	0,7	0,6	0,8
Удмуртская Республика	1,1	0,8	0,8
Ульяновская область	1,1	1,1	0,8
Калужская область	0,5	0,6	0,7
Тверская область	0,4	0,7	0,7
Хабаровский край	0,4	0,2	0,7
Брянская область	0,3	0,6	0,6
Ивановская область	0,6	0,5	0,6
Кировская область	0,7	0,8	0,6
Рязанская область	0,4	0,5	0,6
Смоленская область	0,4	0,4	0,6
Чувашская Республика	0,5	0,7	0,6
Астраханская область	0,3	0,3	0,5
Костромская область	0,1	0,2	0,5
Курская область	0,4	0,5	0,5

5. Результаты Переписи фрилансеров

Продолжение табл. 5.1

Регион	Доля в выборке, %		
	2009 г.	2011 г.	2014 г.
Ленинградская область	0,3	0,6	0,5
Липецкая область	0,5	0,6	0,5
Ханты-Мансийский автономный округ — Югра	0,3	0,3	0,5
Архангельская область	0,7	0,6	0,4
Мурманская область	0,3	0,4	0,4
Тамбовская область	0,4	0,5	0,4
Забайкальский край	0,1	0,2	0,3
Курганская область	0,3	0,2	0,3
Новгородская область	0,3	0,3	0,3
Орловская область	0,6	0,6	0,3
Республика Бурятия	0,2	0,2	0,3
Республика Карелия	0,3	0,2	0,3
Республика Коми	0,2	0,2	0,3
Республика Мордовия	0,2	0,3	0,3
Республика Хакасия	0,2	0,1	0,3
Амурская область	0,2	0,2	0,2
Псковская область	0,2	0,2	0,2
Республика Дагестан	0,1	0,1	0,2
Республика Марий Эл	0,4	0,7	0,2
Кабардино-Балкарская Республика	0,0	0,1	0,1
Камчатский край	0,1	0,0	0,1
Республика Адыгея	0,0	0,1	0,1
Республика Алтай	0,0	0,0	0,1
Республика Саха (Якутия)	0,2	0,2	0,1
Республика Северная Осетия — Алания	0,1	0,1	0,1
Сахалинская область	0,1	0,0	0,1
Ямало-Ненецкий автономный округ	0,1	0,0	0,1
Еврейская автономная область	0,0	0,0	0,0
Карачаево-Черкесская Республика	0,1	0,0	0,0
Магаданская область	0,0	0,0	0,0

Регион	Доля в выборке, %		
	2009 г.	2011 г.	2014 г.
Ненецкий автономный округ	0,0	0,0	0,0
Республика Ингушетия	0,0	0,0	0,0
Республика Калмыкия	0,0	0,0	0,0
Республика Тыва	0,0	0,0	0,0
Чеченская Республика	0,0	0,0	0,0
Чукотский автономный округ	0,0	0,0	0,0

При оценке численности фрилансеров с точки зрения их распределения по более крупным административно-территориальным единицам — федеральным округам — безусловными лидерами являются Приволжский (16,7%) и Центральный (15,7%) федеральные округа, относящиеся к Европейской части России. Довольно высокую активность показывает также Сибирский федеральный округ (11,4%). Наименьшее количество фрилансеров проживает в Дальневосточном (2,1%) и Северо-Кавказском (1,8%) федеральных округах. Интересно, что в период с 2009 по 2014 г. проявилась тенденция к умеренному численному росту доли фрилансеров в некоторых регионах. Так, например, в Уральском федеральном округе доля независимых профессионалов выросла от 6% в 2009 г. до 7,5% в 2014 г., в Северо-Кавказском — от 1 до 1,8%. Можно сделать вывод, что в настоящее время наблюдается рост интереса к электронному фрилансу со стороны населения более отдаленных от Европейской части России и традиционно более консервативных регионов (рис. 5.2).

Основные выводы. В последние годы на рынке удаленных услуг прослеживается тенденция к децентрализации: от 24 до 38% увеличилась доля независимых профессионалов, проживающих за пределами России (прежде всего в странах ближнего зарубежья, особенно на Украине), а в самой России от 69 до 78% увеличилась доля работников, проживающих за пределами столичного региона. Все

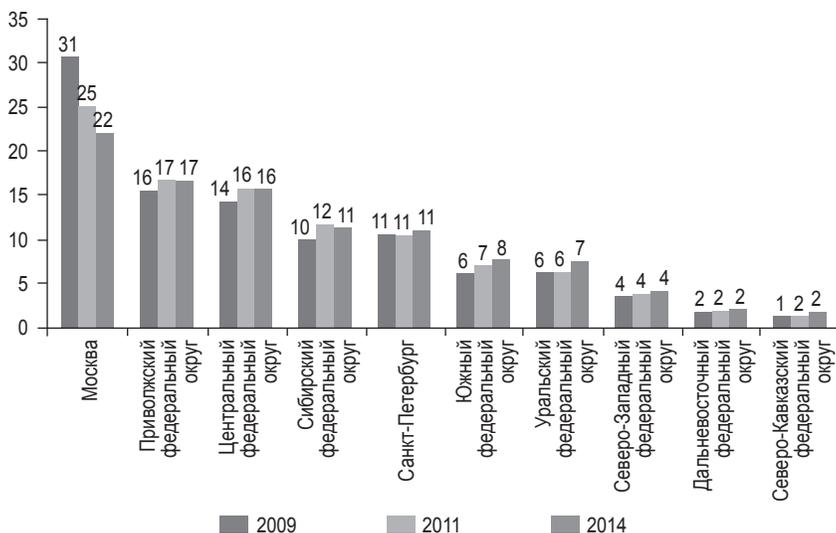


Рис. 5.2. Распределение фрилансеров, проживающих в России, по федеральным округам, %

больше людей из самых отдаленных уголков страны выходят на рынок фриланса. При этом русскоязычные фрилансеры, проживающие за границей, могут быть рассмотрены в качестве «электронных мигрантов», которые благодаря высокому уровню человеческого капитала вносят важный вклад в развитие экономики России.

5.2. Социально-демографические характеристики

5.2.1. Пол

Среди российских фрилансеров преобладают мужчины, однако доля женщин постепенно и уверенно растет в течение всего периода проведения исследования. Если в 2009 г. мужчин среди фрилансеров было в 2 раза больше, чем женщин (67% против 33%), то в 2014 г. соотношение немного выровнялось, хотя мужчины продолжали сохранять численное большинство в данной группе: 58% против 42% (рис. 5.3). Для сравнения: согласно данным по-

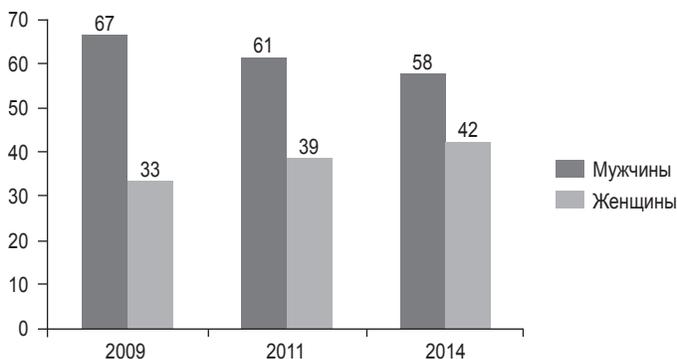


Рис. 5.3. Распределение фрилансеров по полу, %

следних исследований американских независимых профессионалов, в США мужчины составляют лишь около 40% фрилансеров [Rodgers et al. 2014, p. 715]. В целом стоит отметить, что гендерные сравнения на рынках удаленной работы являются довольно сложными в связи с их высокой чувствительностью к различиям в профессиональном составе фрилансеров для бирж различной направленности. Гендерные различия по сферам профессиональной деятельности и уровню доходов мы рассмотрим далее в соответствующих разделах.

5.2.2. Возраст

В России фрилансом заняты в основном молодые люди: 58% опрошенных — работники не старше 30 лет, причем около трети всех фрилансеров (36%) — в возрасте от 18 до 26 лет. Стоит отметить, что многие исследования независимых профессионалов в странах с развитой рыночной экономикой отмечают совершенно противоположные тенденции относительно возрастного состава фрилансеров, а именно преобладание средних возрастов (примерно 45 лет) [Baines 1999, p. 23; Bögenhold, Heinonen, Akola 2014, p. 298; Rodgers, Horowitz, Wuolo 2014, p. 715; Van den Born, Van Witteloostuijn 2013, p. 37]. Как отмечают западные исследователи, работа на контракт-

ной основе в целом характерна в большей степени для независимых профессионалов с опытом и наличием связей в профессиональной среде, нежели для молодых людей, только вышедших на рынок труда и не обладающих достаточным уровнем профессиональных навыков и социального капитала [Caraway 2010, p. 115].

Интересно, что средний возраст фрилансеров, работающих через электронные биржи удаленной работы и использующих современные информационные и коммуникационные технологии, может быть несколько ниже [Ibid.]. Так, прикладное эмпирическое исследование *Freelance Confidential*, проведенное одной из крупнейших австралийских бирж удаленной работы и представляющее собой практическое пособие для начинающих фрилансеров, также указывает на довольно молодой средний возраст независимых профессионалов, работающих через Интернет, — 30 лет [Haskwith 2011]. Таким образом, существуют основания предполагать, что именно электронный фриланс особенно привлекателен для начинающих профессионалов, не располагающих на данном этапе своей карьеры высоким уровнем социального капитала и густой сетью профессиональных связей. Возможно, электронные биржи удаленной работы являются для молодых работников источником относительно быстрого накопления профессионального опыта и связей, что позволяет в будущем сформировать базу постоянных клиентов и работать с ними напрямую, без посредничества рынков удаленной работы.

В контексте русскоязычного рынка удаленной работы карьеру фрилансера намного чаще выбирают представители молодого поколения, прошедшие социализацию в постсоветский период и намного более открытые к предпринимательской деятельности и самозанятости. Также стоит обратить внимание на то, что молодые люди, как правило, лучше владеют компьютерными технологиями и чаще имеют доступ к Всемирной сети, чем старшее поколение. Тем не менее средний возраст людей, выбирающих свободную занятость, имеет явную тенденцию к повышению: в 2009 г. он составлял 26,6 года, в 2011 г. — уже 28,5, а в 2014 г. достиг отметки 31,5 года. Это обусловлено не только «старением» старожил

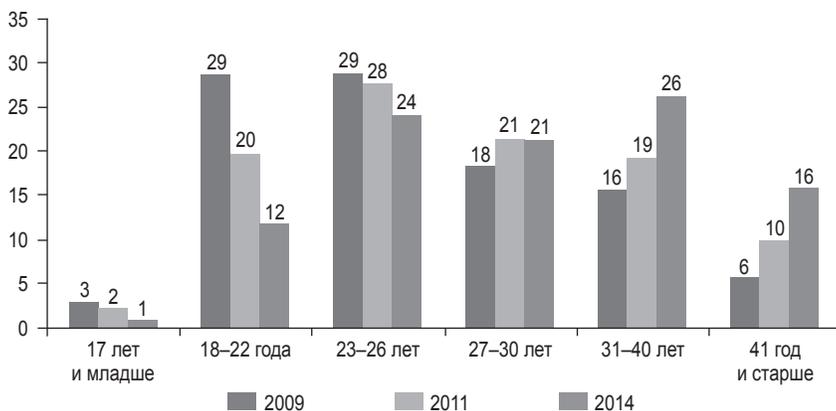


Рис. 5.4. Распределение фрилансеров по возрасту, %

сайта, но и ростом доли людей старшего возраста среди новичков, недавно пришедших во фриланс. Так, продолжает увеличиваться численность группы фрилансеров старше 30 лет: от 22% в 2009 г. до 42% в 2014 г. (рис. 5.4). Одновременно сокращается относительный размер группы фрилансеров младше 22 лет: с 32% в 2009 г. до 13% в 2014 г. Стоит отметить, что фриланс становится все более популярным среди людей в возрасте старше 41 года (от 6% в 2009 г. до 16% в 2014 г.). Мы имеем основания утверждать, что в последнее время электронную самозанятость стали осваивать более зрелые категории работников, так как их доля заметно возросла среди людей, работающих в качестве фрилансеров менее 2 лет.

5.2.3. Семейное положение

В 2014 г. более двух пятых всех фрилансеров состояли в зарегистрированном браке, 19% проживали в фактическом браке. Не состояли в браке только 36% респондентов. Стоит отметить, что в течение всего периода проведения исследования наблюдался значительный рост доли фрилансеров, состоящих в официальном браке (от 32% в 2009 г. до 38% в 2011 г. и 44% в 2014 г.), тогда как аналогичные показатели для состоящих в фактическом браке

(«живем вместе, но не зарегистрированы») остаются практически неизменными (рис. 5.5). Одновременно довольно значительно сократилась доля граждан, не состоящих в браке (с 47% в 2009 г. до 42% в 2011 г. и 36% в 2014 г.). Выявленная тенденция связана, в первую очередь, с уже упоминавшимся ранее повышением среднего возраста независимых профессионалов на русскоязычном рынке удаленной работы.

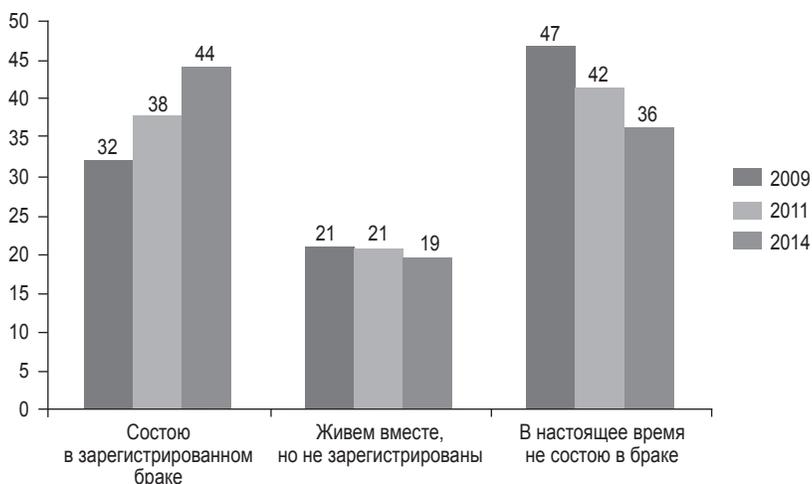


Рис. 5.5. Семейное положение фрилансеров, %

Подавляющее большинство русскоязычных фрилансеров не имеют детей младше 16 лет (62%). Около 26% имеют одного ребенка и только 10% — двух детей. Количество многодетных семей с тремя и более детьми ограничено и не превышает 2,4%. Вместе с этим в течение всего изучаемого периода наблюдается положительная динамика доли семей с несовершеннолетними детьми. Так, доля бездетных семей уменьшилась с 68% в 2009 г. до 64% в 2011 г. и 62% в 2014 г. (рис. 5.6). Медленно, но верно происходит увеличение доли семей с двумя и более детьми (от 7,1% в 2009 г. до 9,7% в 2011 г. и 12,5% в 2014 г.). Мы предполагаем, что вы-

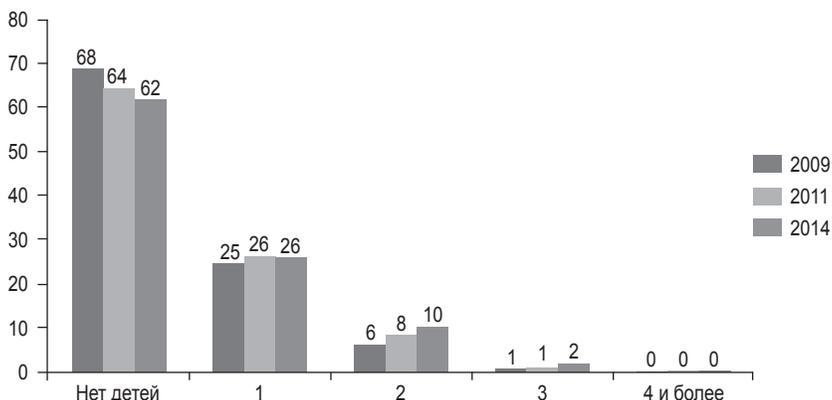


Рис. 5.6. Количество детей моложе 16 лет в семьях фрилансеров, %

явленный тренд может быть следствием как повышения среднего возраста фрилансеров, так и роста их благосостояния.

Основные выводы. В качестве важных тенденций в социально-демографической структуре фрилансеров можно отметить уверенный рост доли женщин среди русскоязычных независимых профессионалов (от 33 до 42% за 5 лет) на фоне сохранения численного преимущества за мужчинами, а также увеличение среднего возраста фрилансеров от 26,6 до 31,5 года. Кроме того, было зафиксировано некоторое увеличение доли фрилансеров, состоящих в официальном браке и имеющих одного или нескольких детей несовершеннолетнего возраста.

5.3. Образовательно-профессиональные характеристики

5.3.1. Уровень образования

Результаты опроса показали высокий образовательный уровень фрилансеров: в 2014 г. 85% респондентов имели высшее или неоконченное высшее образование (для сравнения: доля этой группы

среди работающего населения России составляет только 31%). При этом в 2014 г. 17% русскоязычных фрилансеров имели второе высшее образование или степень MBA, около 2% — степень кандидата или доктора наук.

Более того, по сравнению с 2009 и 2011 гг. уровень образования русскоязычных фрилансеров значительно вырос: продолжает снижаться доля независимых профессионалов со средним и средним специальным образованием (с 17% в 2009 г. до 15% в 2011 г. и 14% в 2014 г.) и неполным высшим образованием (с 26% в 2009 г. до 21% в 2011 г. и 14% в 2014 г.). Количество фрилансеров без высшего университетского образования снизилось с 46% в 2009 г. до 30% в 2014 г. При этом за изучаемый период значительно возросла доля фрилансеров с двумя и более высшими образованиями и степенью MBA: от 7% в 2009 г. до 17% в 2014 г. (рис. 5.7). Похожие тенденции повышения общего уровня образования фрилансеров были обнаружены и в других исследованиях нестандартной занятости в странах с развитой экономикой [Bögenhold, Heinonen, Akola 2014, p. 298; Rodgers, Horowitz, Wuolo 2014, p. 716; Van den Born, Van Witteloostuijn 2013, p. 37]. Однако в случае русскоязыч-

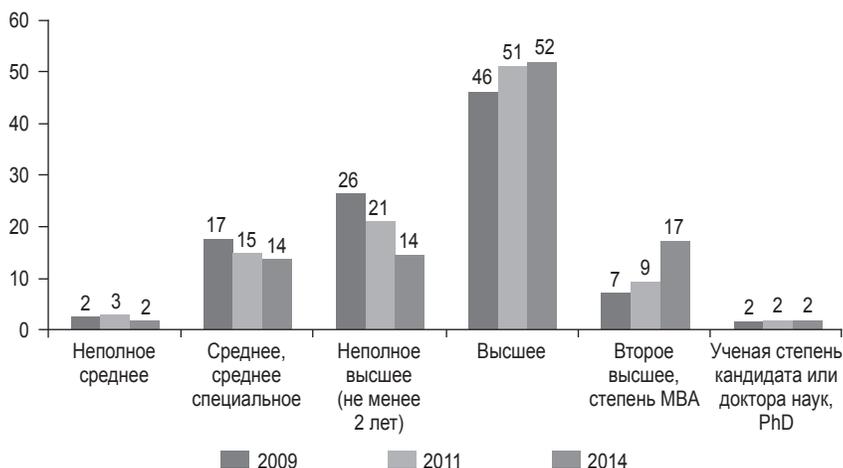


Рис. 5.7. Уровень образования фрилансеров, %

ного рынка удаленной работы подобный тренд повышения уровня образования, скорее всего, связан с последовательным уменьшением доли фрилансеров-студентов среди независимых профессионалов.

Как мы продемонстрировали в одной из своих работ, образование является важным ресурсом в трудовой деятельности фрилансеров, увеличивающим индивидуальный доход [Стребков, Шевчук 2015a].

5.3.2. Сфера образования

В 2014 г. наиболее распространенными профессиональными сферами высшего образования среди фрилансеров стали следующие направления: технические науки (инженерное, конструкторское, строительное образование — 31% всех фрилансеров), информационные технологии (IT — 22%), экономические науки (финансы, маркетинг, бухучет, торговля — 18%), гуманитарные науки (история, филология, философия — 17%), творческие и художественные специальности (16%). Реже всего на русскоязычном рынке удаленной работы можно было встретить специалистов с медицинским дипломом (2%), а также с естественно-научным дипломом (химия, биология, география — 3%). Сложившаяся ситуация может быть объяснена специфичностью некоторых профессий, результаты труда которых обладают лимитированным потенциалом реализации в рамках интернет-пространства (как, например, медицина и ряд естественных наук). В то же время на электронных биржах удаленной работы традиционно высоким спросом пользуются дипломированные специалисты в области информационных технологий и работники медиасферы, что подтверждается многими исследованиями западных рынков фриланс-услуг [Gefen, Carmel 2008; Tremblay, Genin 2008; Bidwell 2009; Platman 2004; Baines, Robson 2001].

В течение изучаемого периода обращают на себя внимание, с одной стороны, рост численности дипломированных специалистов в сфере точных наук (от 28% в 2009 и 2011 гг. до 31% в 2014 г.),

5. Результаты Переписи фрилансеров

в сфере экономического образования (от 15% в 2009 г. до 18% в 2011 и 2014 гг.), а с другой — довольно ощутимое снижение количества фрилансеров с дипломом в области информационных технологий (с 27% в 2009 г. до 24% в 2011 г. и 22% в 2014 г.), а также снижение доли специалистов с творческими и художественными специальностями (с 21% в 2009 г. до 16% в 2011 и 2014 гг.) (рис. 5.8).

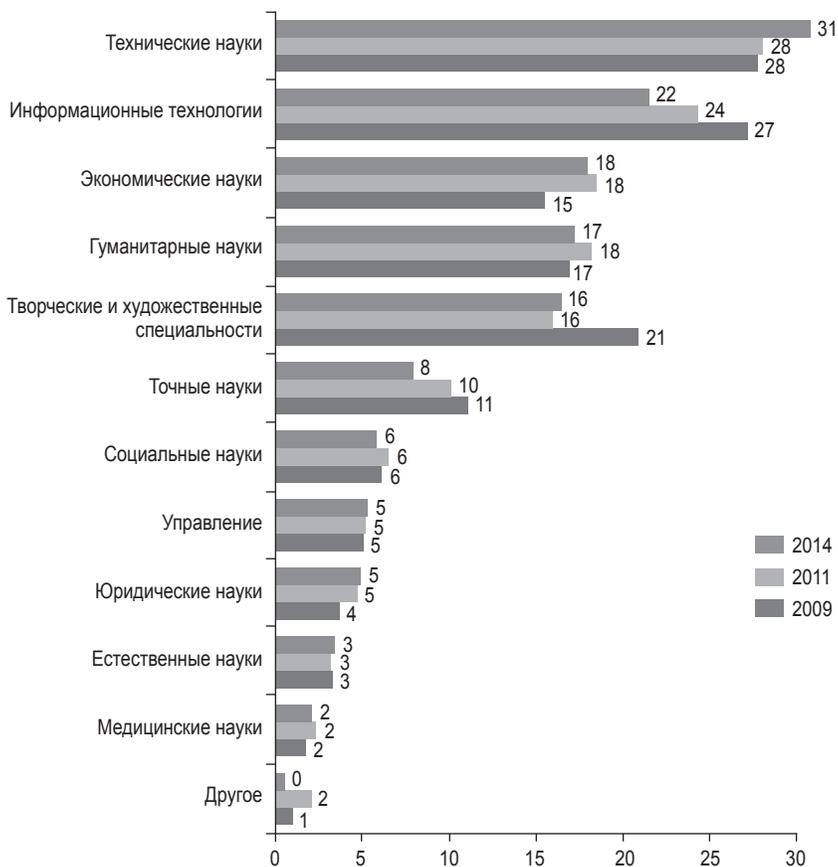


Рис. 5.8. Сфера образования фрилансеров, %

5.3.3. Профессия (специализация фрилансера)

В целом набор профессиональных услуг, которые фрилансеры могут предложить через биржи удаленной работы, достаточно ограничен и примерно одинаковый в каждой стране, хотя структура занятости может различаться в зависимости от специфики и направленности той или иной онлайн-платформы. Однако главное требование к фриланс-услугам остается неизменным — результаты работы должны переводиться в электронную форму и предполагать возможность передачи через сеть Интернет.

В 2014 г. основными профессиональными сферами на русскоязычном рынке удаленной работы были следующие: дизайн и графика (36%), тексты, копирайт, переводы (33%), разработка и поддержка веб-сайтов (25%), программирование (17%), маркетинговые услуги (реклама, консалтинг, юридические услуги, финансы — 14%). Менее распространены такие направления деятельности, как аудио- и видеослужбы (7%), инжиниринг (7%), фотослужбы (9%).

С 2009 по 2014 г. профессиональная структура русскоязычного рынка удаленной работы претерпела значительные изменения: заметно снизилась доля людей, занимающихся разработкой и поддержкой веб-сайтов (с 34% в 2009 г. до 25% в 2014 г.), а также графикой и дизайном (с 44% в 2009 г. до 36% в 2014 г.), одновременно выросло число людей, вовлеченных в сферы инжиниринга (от 2% в 2009 г. до 7% в 2014 г.); аудио- и видеосъемки (от 4% в 2009 г. до 7% в 2014 г.); маркетинговых услуг (от 11% в 2009 г. до 14% в 2014 г.). При этом доля специализирующихся на работе с текстами после значительного роста в 2011 г. (с 21 до 33%) в 2014 г. осталась неизменной (рис. 5.9).

Существуют ярко выраженные профессиональные различия: мужчины доминируют в таких специализациях, как разработка и поддержка веб-сайтов, программирование, инжиниринг, работа с аудио- и видеофайлами, а также работа в сфере дизайна и графики. Женщины, в свою очередь, чаще занимаются написанием текстов, копирайтом и переводами. Среди специализирующихся на фотографии и маркетинге распределение по полу примерно совпадает со средним по выборке (рис. 5.10).

5. Результаты Переписи фрилансеров

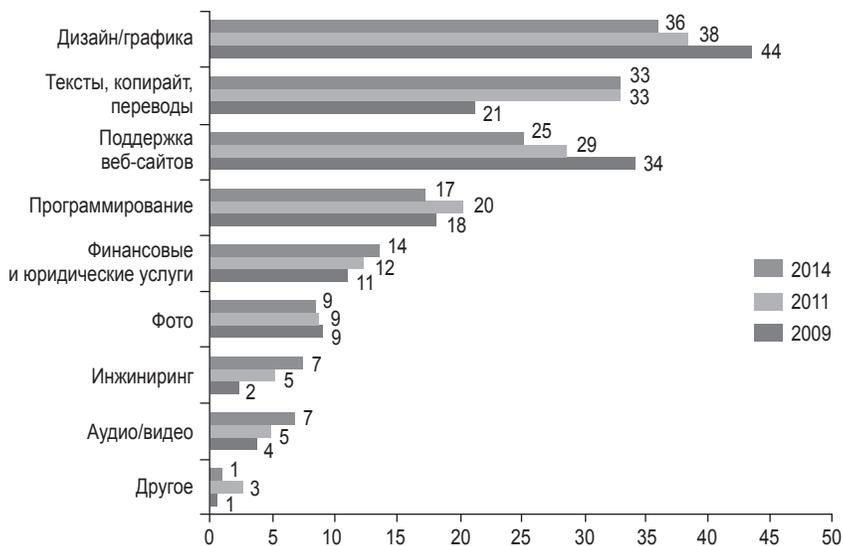


Рис. 5.9. Специализация фрилансеров, %

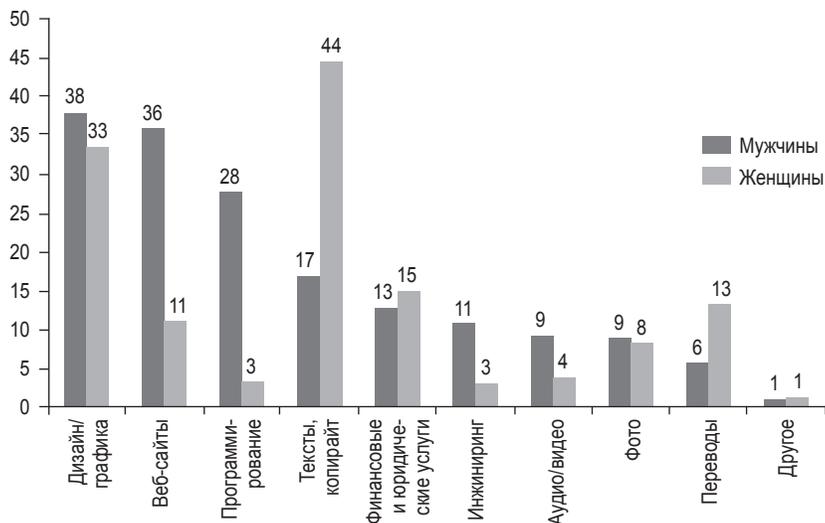


Рис. 5.10. Специализация фрилансеров в зависимости от пола, %, 2014 г.

5.3.4. Образовательно-профессиональные несоответствия

В 2014 г. доля фрилансеров, чья субъективная оценка соответствия полученного образования той работе, которую они в настоящий момент выполняют, была положительной или скорее положительной, практически совпала с долей фрилансеров, оценка которых была отрицательной или скорее отрицательной (41,6 и 40,2% соответственно). Иными словами, две пятых всех русскоязычных фрилансеров считают, что характер их работы на рынке удаленных фриланс-услуг не соответствует полученному образованию, тогда как другие две пятых оценивают такое соответствие скорее положительно. Вместе с этим около одной пятой всех фрилансеров (18,3%) не могут ответить однозначно на поставленный вопрос об образовательно-профессиональном соответствии или несоответствии. Стоит отметить, что в период с 2011 по 2014 г. каких-либо заметных изменений в субъективной оценке соответствия полученного образования и специальности на рынке фриланс-услуг не произошло (рис. 5.11). В других своих публикациях мы показали, что образовательно-профессиональные несоответствия у фрилан-

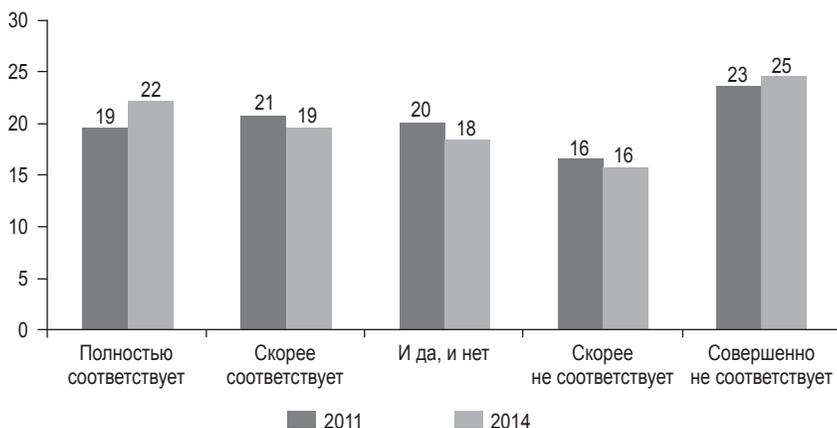


Рис. 5.11. Субъективная оценка соответствия полученного образования и специальности на рынке фриланс-услуг, %

серов (особенно у женщин) могут быть связаны с более низкими доходами и удовлетворенностью работой [Стребков, Шевчук 2015а; Shevchuk, Strebkov, Davis 2015]. Возможно, отказ от работы по специальности у женщин чаще является вынужденным и обусловлен необходимостью ухода за детьми. В этой ситуации женщинам приходится соглашаться на работу, которую можно совмещать с большим объемом семейных обязанностей, даже если она не приносит высокого дохода и удовлетворения.

5.3.5. Самооценка профессионального мастерства

Особый интерес представляет субъективная оценка русскоязычными фрилансерами своего профессионального мастерства по шкале от 1 до 9 (1 — самая низкая оценка, 9 — самая высокая). Более трех пятых всех фрилансеров оценивают свои профессиональные навыки как средние — от 5 до 7 баллов. Довольно небольшое число независимых профессионалов (4%) оценили свое мастерство как неудовлетворительное (1 или 2 балла), а около 18%, наоборот, поставили себе достаточно высокий балл (8 или 9). Интересно, что с 2011 г. среднее значение самооценки профессионального мастерства немного повысилось: с 5,72 до 6,02 балла (рис. 5.12). Это позволяет сделать вывод, что у фрилансеров постепенно накапливается профессиональный опыт и, как следствие, повышается степень уверенности в своих силах.

В одной из своих работ мы пришли к выводу, что самооценка профессионального мастерства является максимально комплексным показателем, который хорошо подходит для операционализации понятия «человеческий капитал» применительно к самозанятым профессионалам [Стребков, Шевчук 2015а]. По-видимому, самооценка включает и уровень профессиональной подготовки индивида (как формальное образование, так и неформальное), и наличие опыта работы, и даже такие сложно измеряемые категории, как талант и везение. Тем не менее механизм формирования подобной профессиональной самооценки, ее связь с объективными показателями человеческого капитала (образование, опыт ра-

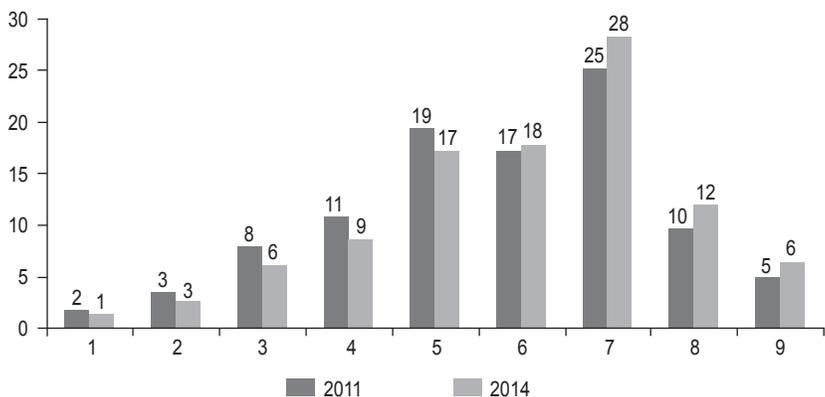


Рис. 5.12. Субъективная оценка профессионального мастерства, %

боты), а также другими факторами (социально-демографические характеристики, трудовые ценности и мотивация) требуют специального исследования.

Основные выводы. Среди значимых профессиональных характеристик русскоязычных фрилансеров важно отметить их высокий образовательный уровень, имеющий тенденцию к дальнейшему повышению. Доля людей с высшим образованием среди независимых профессионалов выросла за 5 лет с 54 до 70%. На русскоязычный рынок фриланса вышло больше дипломированных специалистов в области точных наук и экономики, одновременно довольно ощутимо снижение количества фрилансеров творческих специальностей и с дипломами, полученными в сфере информационных технологий. Несмотря на незначительное снижение распространенности лидирующими профессиональными направлениями на русскоязычном рынке фриланса остаются дизайн и графика; тексты, копирайт и переводы; разработка веб-сайтов и программирование. Вместе с этим такие специализации, как инжиниринг (проектирование инженерных систем, архитектура), аудио- и видеосъемка, а также деловые услуги (реклама, маркетинг, консалтинг), показывают медленный, но уверенный рост на протяжении всего изучае-

мого периода. Важно, что около двух пятых всех русскоязычных фрилансеров оценивают характер своей занятости на рынке удаленной работы как несоответствующий полученному образованию. Одновременно был зафиксирован уверенный рост показателя, характеризующего самооценку профессионального мастерства.

5.4. Типы занятости и трудовые траектории

5.4.1. Общий трудовой стаж

Так как русскоговорящие фрилансеры — довольно молодые люди, они пока еще не успели накопить значительный стаж на рынке труда (под общим трудовым стажем мы понимаем опыт работы как в штате, так и на бирже удаленной работы). Так, только у 23% всех опрошенных в 2014 г. общий трудовой стаж составляет более 11 лет, 27% имеют опыт работы от 6 до 10 лет. В то же время каждый четвертый независимый профессионал успел поработать от 3 до 5 лет, практически столько же (24%) имеют опыт работы не более 2 лет, причем 7% респондентов и вовсе вышли на рынок труда менее года назад (рис. 5.13).

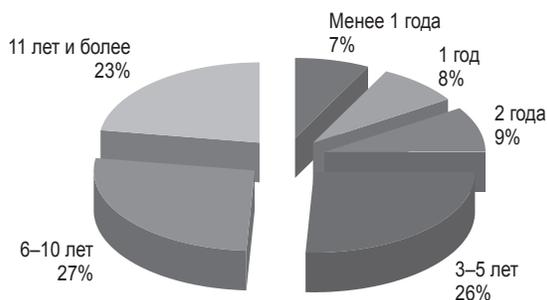


Рис. 5.13. Общий трудовой стаж, %, 2014 г.

В одной из своих работ мы показали, что больший стаж работы в качестве фрилансера связан с более высоким доходом [Стребков, Шевчук 2015а].

5.4.2. Опыт работы в штате

В 2014 г. подавляющее большинство фрилансеров (84%) имели опыт работы в организациях в качестве штатных сотрудников. Только 16% всех опрошенных сразу начали свой карьерный путь как независимые профессионалы, минуя этап традиционного типа занятости. Что касается стажа работы в штате, здесь примерно равномерное распределение: 26% проработали в организации менее 3 лет, 22% — от 3 до 5 лет и 18% — от 6 до 10 лет (рис. 5.14). Мы предполагаем, что доля независимых работников, пришедших во фриланс без предварительного опыта работы в штате организации, будет со временем постепенно увеличиваться.

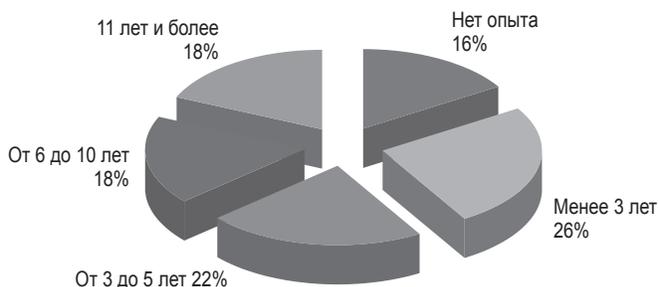


Рис. 5.14. Опыт работы в штате организации, %, 2014 г.

5.4.3. Стаж работы фрилансером

К 2014 г. средний стаж работы респондентов в качестве фрилансеров значительно возрос. Если в 2009 и 2011 гг. почти половину всех независимых работников можно было отнести к разряду начинающих (со стажем год или менее года), то в 2014 г. доля таких новичков значительно уменьшилась (до 31%). В то же время значительно возросла численность категории более опытных работников со стажем от 3 до 5 лет (от 22% в 2009 и 2011 гг. до 33% в 2014 г.). Также увеличилась доля фрилансеров со стажем от 6 до 10 лет (примерно 9% в 2009 и 2011 гг. и 15% в 2014 г.) и более 10 лет (5,6% в 2014 г. по сравнению с 2,6% в 2009 г. и 3,2% в 2011 г.) (рис. 5.15).

5. Результаты Переписи фрилансеров

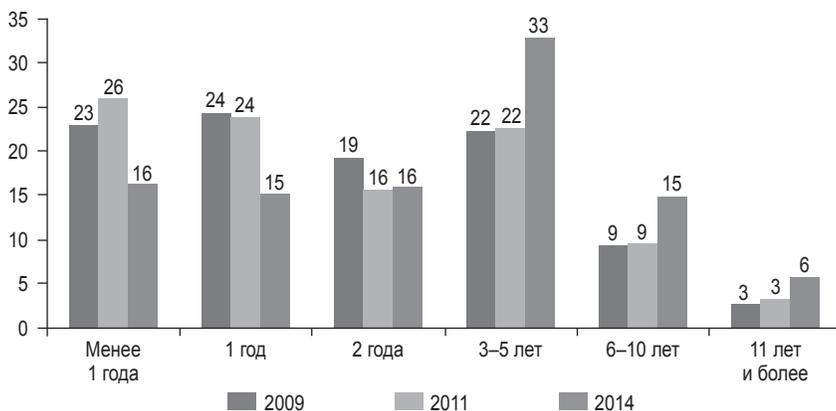


Рис. 5.15. Стаж работы фрилансером, %

Мы предполагаем, что увеличение среднего стажа независимых работников не только обусловлено естественным старением пользователей электронной биржи, но и связано с более глобальными процессами распространения фриланса как формы занятости в России. Как было замечено ранее, за последние годы значительно увеличилась доля фрилансеров старше 30 лет, в целом повысился средний возраст людей, выбирающих свободную занятость. Мы можем предположить, что наиболее опытные российские фрилансеры, которые ранее работали преимущественно на зарубежных биржах удаленной работы, либо на небольших и специализированных русскоязычных биржах, либо занимавшиеся фрилансом вне электронного рынка труда, стали постепенно интегрироваться в платформу FL.ru как одну из самых динамично развивающихся инфраструктур для независимых работников в России.

Вместе с этим российские фрилансеры, будучи в среднем моложе своих коллег из стран с развитой рыночной экономикой, обладают и меньшим профессиональным опытом. Так, например, средний стаж работы американских независимых работников в качестве фрилансеров составляет около 10 лет [Rogers, Horowitz, Wuolo 2014, p. 715].

5.4.4. Типы занятости

Фриланс может занимать различные места в трудовых и жизненных стратегиях работников. Одно дело, когда он является единственным источником дохода, совсем другое — когда совмещается с другими видами оплачиваемой или неоплачиваемой занятости. Мы следуем концепции Ч. Хэнди, который исходил из множественности форм занятости и оперировал понятиями «портфель работ» и «портфельный работник» (portfolio worker) [Хэнди 2001]. Мы полагаем, что именно такой интегративный подход является наиболее эффективным для определения места и роли фриланса в жизни людей. Таким образом, в зависимости от типа занятости мы выделили пять принципиально различающихся групп, получивших условные названия:

- «“чистые” фрилансеры» — независимые работники, для которых фриланс является основным видом занятости и единственным источником дохода;
- «совместители» — для данного типа характерно совмещение фриланса с работой в штате организации;
- «предприниматели» — работники, открывшие собственный бизнес с небольшим количеством наемных работников, но продолжающие работать в качестве фрилансеров. Таким образом, это своего рода «полупредприниматели» или «частичные предприниматели» [Заславская 1995];
- «студенты» — работники, совмещающие фриланс с обучением в учебном заведении¹;
- «домохозяйки» — для данного типа характерно совмещение фриланса с уходом за маленьким ребенком во время декретного отпуска. В отечественной литературе также встречается подобный термин «мамалансеры» [Харченко 2014].

На русскоязычном рынке удаленной работы к 2014 г. доля «чистых» фрилансеров продолжила увеличиваться и достигла 34% по сравнению с 22 и 29% в 2009 и 2011 гг. соответственно. Наиболее

¹ Эта категория фрилансеров специально рассматривается в работах коллег (см.: [Харченко 2013]).

5. Результаты Переписи фрилансеров

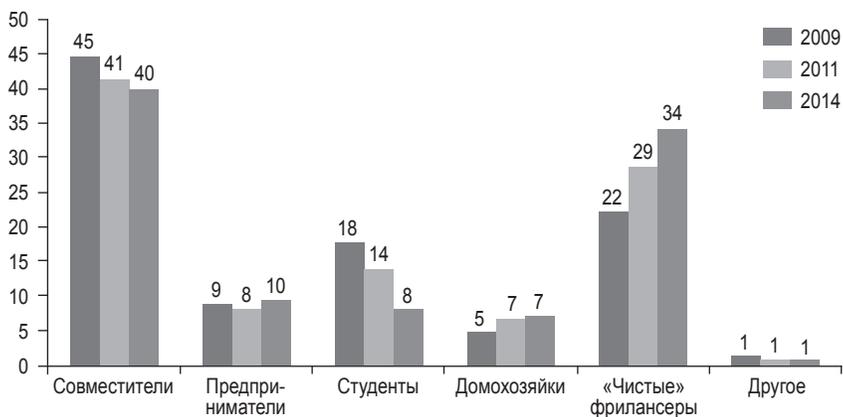


Рис. 5.16. Тип занятости фрилансеров, %

многочисленной по-прежнему остается группа профессионалов, совмещающих независимую занятость с работой в штате, однако их доля в общем числе респондентов за 5 лет снизилась с 45 до 40%. Здесь важно подчеркнуть, что для западных стран с развитой экономикой совмещение фриланса с работой в штате организации является гораздо менее распространенным явлением [Bögenhold, Heinonen, Akola 2014, p. 303].

Как уже было замечено ранее, в контексте русскоязычного рынка удаленной работы проявляется тренд на повышение среднего возраста фрилансеров. Это обуславливает снижение доли студентов среди фрилансеров: в 2014 г. фриланс с учебой совмещают только 8% по сравнению с 18% в 2009 г. Что касается «предпринимателей» и «домохозяек», их доли довольно стабильны и составляют в 2014 г. 10 и 7% соответственно (рис. 5.16).

5.4.5. Социально-профессиональные характеристики по типам занятости

Выделенные нами типы занятости русскоязычных фрилансеров значительно различаются как по социально-демографическим, так и по профессиональным и образовательным характе-

ристикам. Как видно из табл. 5.2, мужчины-фрилансеры чаще встречаются среди «совместителей» и «предпринимателей» (62,9 и 75,5% соответственно). Женщины, естественно, преобладают в категории «домохозяйки» (88,5%). При этом в категориях «“чистые” фрилансеры» и «студенты» распределение по полу в целом совпадает с общим распределением по выборке в целом. Средний возраст фрилансеров в каждой из выделенных категорий также не отличается от среднего по выборке (в среднем 31,4 года), исключение составляет лишь категория «студенты», представители которой значительно моложе (в среднем 21,7 года).

Высшее образование (бакалавр и выше) больше характерно для «совместителей» и «домохозяек» (78,0 и 75,0% соответственно). При этом «студенты» являются наименее образованной категорией только в силу того, что проходили обучение на момент проведения опроса (34,4%).

Образовательно-профессиональные несоответствия характерны в большей степени для «домохозяек» (45,1%) и в меньшей — для «совместителей» (36,6%). Это говорит о том, что в процессе совмещения фриланса с уходом за ребенком независимый работник чаще всего склонен выбирать заказы не по полученной специальности. А для тех, кто совмещает фриланс с работой в штате организации, напротив, характерен выбор заказов по специальности.

Интересные различия наблюдаются в распределении типов занятости фрилансеров по основным специализациям. Так, разработка и поддержка веб-сайтов чаще встречается в группах «предприниматели» и «студенты» (38,4 и 30,3% соответственно) и реже — в группе «домохозяйки» (13,1%). Программирование и дизайн/графика характерны в большей степени для «предпринимателей» (26,0 и 46,0% соответственно) и в меньшей — также для «домохозяек» (5,3 и 29,6% соответственно). Инжинирингом чаще всего занимаются «совместители» (12,0%) и реже всего — «студенты» (1,8%). Интересно, что на текстах, копирайте в основном специализируются именно «домохозяйки» (49,1%), а на рекламе, маркетинге и других юридических или финансовых услугах — «предприниматели» (24,8%). Распределение специализаций

5. Результаты Переписи фрилансеров

Таблица 5.2. Социально-демографические и профессионально-образовательные характеристики по типам занятости, %, 2014 г.

Характеристика	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
<i>N (число респондентов)</i>	3623	1010	4229	866	761	10 489
Пол						
Мужчины	56,5	75,5	62,9	60,2	11,5	57,8
Женщины	43,5	24,5	37,1	39,8	88,5	42,2
Средний возраст	33,1	31,8	31,9	21,7	30,4	31,4
Высшее образование (бакалавр и выше)	69,6	68,8	78,0	34,4	75,0	70,4
Образовательно-профессиональные несоответствия: скорее или полностью не соответствует	43,7	39,1	36,6	40,9	45,1	40,2
Специализация						
Разработка и поддержка веб-сайтов	24,9	38,4	23,7	30,3	13,1	25,2
Программирование	14,7	26,0	19,6	18,1	5,3	17,3
Дизайн/графика	36,4	46,0	34,2	38,6	29,6	36,1
Инжиниринг	4,3	7,6	12,0	1,8	2,8	7,4
Фото	7,7	11,1	9,0	7,6	6,8	8,5
Аудио/видео	6,5	9,2	7,3	6,1	2,9	6,8
Тексты/копирайт	28,6	20,0	25,6	29,3	49,1	28,2
Переводы	8,6	5,4	8,8	11,5	10,1	8,8
Реклама / маркетинг / консалтинг / юридические услуги / финансы	11,6	24,8	13,7	9,5	12,4	13,6
Другое	0,9	1,4	0,9	0,6	0,8	1,0
Среднее время работы фрилансером (количество лет)	3,8	4,6	3,8	1,9	2,9	3,7

«фото» и «аудио/видео» по типам занятости в целом совпадает со средним по выборке.

Говоря о стаже работы фрилансера, стоит отметить, что наиболее опытными являются «предприниматели» — для этой категории среднее время работы равно 4,6 года, а наименее опытными — «студенты» и «домохозяйки» (в среднем 1,9 и 2,9 года соответственно).

5.4.6. Карьерные планы

Для того чтобы проанализировать карьерные ожидания, мы заинтересовались у фрилансеров их планами на ближайшие 5 лет. В 2014 г. по сравнению с 2011 г. несколько уменьшилось количество фрилансеров, которые собираются в ближайшем будущем посвятить себя «стандартной» офисной карьере, совмещая или не совмещая ее с фрилансом (27 и 33% соответственно) (рис. 5.17). При этом лишь малое число респондентов — 3% как в 2011-м, так и в 2014 г. — готовы в этом случае полностью уйти из фриланса

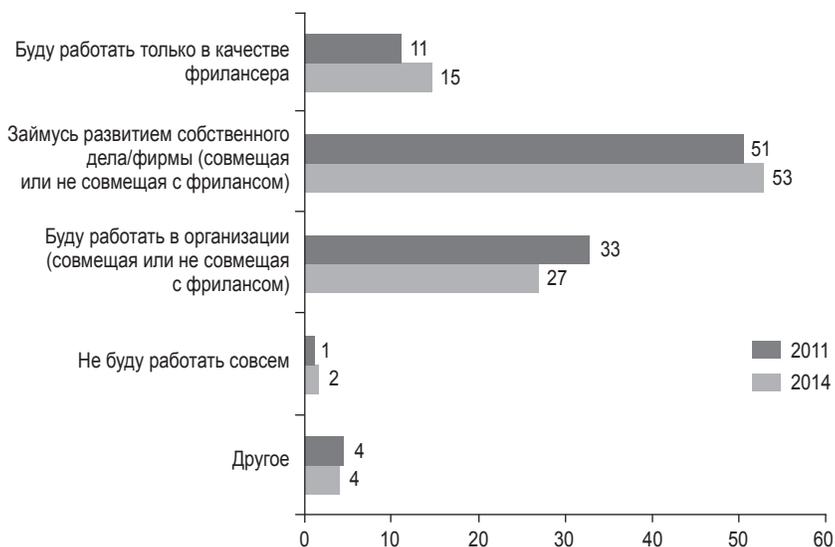


Рис. 5.17. Планы на будущее, %

и работать в организации только в качестве штатного сотрудника. Количество тех, кто в дальнейшем намеревается работать исключительно в качестве фрилансера, наоборот, немного увеличилось — от 11% в 2011 г. до 15% в 2014 г. (при этом среди «чистых» фрилансеров таких в 2014 г. почти вдвое больше — 27%).

Однако самые важные результаты касаются предпринимательских амбиций фрилансеров: каждый второй в ближайшее время планирует открыть и развивать свое дело с привлечением наемного персонала, возможно, совмещая эту деятельность с фрилансом. Заметим, что чаще всего фрилансеры организуют бизнес в поле собственной профессиональной деятельности (IT-компании, студии дизайна или рекламные агентства). Кроме того, русскоязычные фрилансеры характеризуются большей склонностью к предпринимательской деятельности и риску, нежели население России в целом [Amorós, Bosma 2014; Shepurenko 2010]. Несмотря на то что далеко не все устремления фрилансеров реализуются, эта тенденция свидетельствует о важной роли фриланса в России на пути к развитию предпринимательской деятельности.

В других публикациях нам удалось продемонстрировать, что трудовые траектории, состоящие из текущего типа занятости в сочетании с карьерными планами, тесно связаны со многими социально-экономическими характеристиками фрилансеров [Стребков, Шевчук 2015б].

Основные выводы. Русскоязычные фрилансеры еще достаточно молоды и поэтому не успели накопить значительный опыт на рынке труда: лишь чуть более одной пятой части всех независимых профессионалов имеют общий трудовой стаж свыше 11 лет, в то время как у четверти опыт работы — не более 2 лет. Вместе с этим к 2014 г. средний стаж работы людей непосредственно на рынке фриланса несколько вырос. Большинство русскоязычных фрилансеров (84%) приходят на рынок удаленной работы, уже имея опыт традиционной занятости в штате организации. Что касается типа занятости, то «чистых» фрилансеров, для которых фриланс является основным видом деятельности и способом заработка, становится

ся больше (доля этой категории выросла за 5 лет с 22 до 34%), а вот доля совместителей и студентов имеет тенденцию к постепенному снижению. Важно, что все больше независимых профессионалов собираются в будущем работать только в качестве фрилансера; за 5 лет их доля выросла с 9 до 15%. Также увеличилось до 53% число тех, кто планирует реализовать свои предпринимательские амбиции и начать развивать собственный бизнес (более половины всех опрошенных), что говорит о высоком предпринимательском потенциале нестандартной занятости.

5.5. Трудовые ценности и мотивация

5.5.1. Трудовые ценности

Для выявления трудовых ценностей фрилансеров мы использовали стандартную формулировку вопроса из международного научно-исследовательского проекта «Всемирное исследование ценностей» (World Values Survey). Мы также провели сравнение данных, полученных в ходе переписи, с результатами национального репрезентативного опроса российских работников, проведенного в 2007 г. [Магун 2009] и также основанного на этой стандартной формулировке вопроса. В. Магун делает вывод о том, что, несмотря на значительно изменившиеся в постсоветский период трудовые ценности россиян, постматериалистические установки активной самореализации пока еще слабо распространены среди российских работников [Там же].

Как показали результаты переписи, русскоязычные фрилансеры в гораздо меньшей степени склонны к традиционному восприятию занятости, нежели россияне в целом. У самозанятых профессионалов слабее выражена материалистическая мотивация, связанная с размером оплаты труда. Фрилансеров больше привлекает работа интересная и соответствующая их способностям, на которой есть возможность проявлять инициативу и достигать определенных результатов. Как видно из рис. 5.18, гарантии и стабильность занятости для них существенно менее значимы: надеж-

5. Результаты Переписи фрилансеров

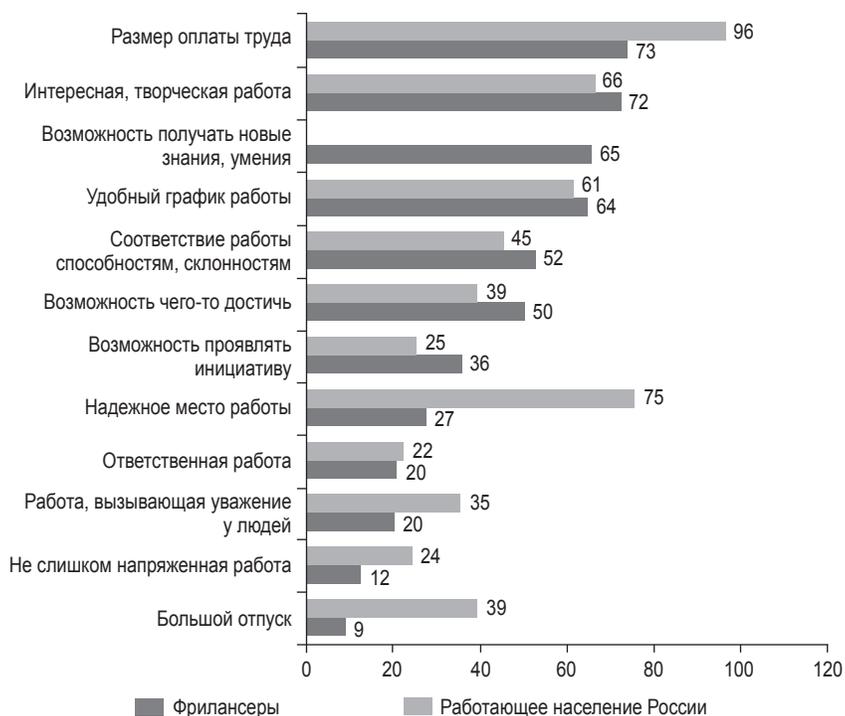


Рис. 5.18. Трудовые ценности фрилансеров (2014 г.) в сравнении с работающим населением России (2007 г.), %*

* На диаграмме приводятся данные по всей совокупности русскоязычных фрилансеров, так как существенных различий в зависимости от страны проживания не обнаружено.

ное место работы отметили 75% россиян и только каждый третий фрилансер. Наконец, фрилансеры не склонны к минимизации трудовых усилий: не слишком напряженная работа привлекает всего 12%, а большой отпуск — только 9%. Аналогичные общероссийские показатели соответственно в 2 и 4 раза выше! Собранные нами данные позволяют утверждать, что представления самозанятых профессионалов о работе существенно отличаются от общероссийской картины и несут в себе черты постматериалистической мотивации, инициативности и самостоятельности.

Интересно, что выбор фрилансерами тех или иных трудовых ценностей значительно отличается в зависимости от типа их занятости (табл. 5.3). Так, для «чистых» фрилансеров», так же как и для «домохозяек», в большей степени ценны удобный график работы (69,7 и 77,7% соответственно) и соответствие работы их способностям, склонностям (56,2 и 57,6% соответственно). В меньшей степени для «чистых» фрилансеров» важна надежность места работы (20,5%), а для «домохозяек» — работа, вызывающая уважение у людей (16,3%), а также возможность проявлять инициативу (27,7%).

Таблица 5.3. Трудовые ценности фрилансеров в зависимости от типа занятости, %, 2014 г.

Трудовые ценности	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Размер оплаты труда	71,5	68,8	76,8	73,9	70,4	73,4
Интересная, творческая работа	73,2	75,2	70,6	71,5	69,8	72,0
Возможность получать новые знания, умения	64,5	64,9	65,6	69,2	63,1	65,3
Удобный график работы	69,7	60,5	57,9	66,4	77,7	64,4
Соответствие работы Вашим способностям, склонностям	56,2	46,3	48,1	58,1	57,6	52,3
Работа, на которой Вы чувствуете, что можете чего-то достичь	45,9	54,3	51,9	53,9	47,4	49,8
Возможность проявлять инициативу	33,7	46,3	35,4	38,7	27,7	35,5
Надежное место работы	20,5	17,3	36,0	25,3	26,0	27,2
Ответственная работа	18,5	28,4	20,6	19,1	20,0	20,4
Работа, вызывающая уважение у людей	18,2	26,4	20,8	19,2	16,3	20,0
Не слишком напряженная работа	15,2	9,8	9,7	16,3	11,6	12,3
Большой отпуск	10,4	7,6	7,2	9,1	9,5	8,7

Установки «совместителей» наиболее близки к установкам работающего населения России в целом. Значимыми для них являются такие характеристики, как размер оплаты труда (76,8%), а также надежное место работы (36%). «Предпринимателей» в большей степени привлекает интересная и творческая работа (75,2%), ответственная работа (28,4%), работа, вызывающая уважение у людей (26,4%), на которой можно проявить инициативу (46,3%) и чего-то достичь (54,3%). Для этой группы в меньшей степени, чем для других, характерны ценности размера оплаты труда (68,8%), надежного места работы (17,3%), удобного графика работы (60,5%), а также соответствия работы способностям и склонностям (46,3%). Что касается «студентов», для них в большей степени, чем для других категорий, привлекательны ценности не слишком напряженной работы (16,3%), возможность проявить инициативу (38,7%), возможность чего-либо достичь (53,9%), соответствие работы способностям и склонностям (58,1%), а также возможность получать новые знания и умения (69,2%).

Здесь и далее для анализа взаимосвязей отдельных вариантов ответов в вопросах с множественным выбором мы будем использовать такой метод статистического анализа, как многомерное шкалирование. Данная процедура позволяет не только выделить основные, наиболее типичные группы анализируемых параметров, но и представить результаты анализа графически — в нашем случае в виде двумерного пространства. Варианты, которые люди чаще всего одновременно называют в своих ответах, располагаются на плоскости близко друг к другу. И наоборот, варианты, которые практически никогда не упоминаются вместе, отстоят друг от друга далеко. Площадь кружков пропорциональна доле людей, выбравших тот или иной вариант ответа.

Результаты многомерного шкалирования отдельных трудовых ценностей фрилансеров представлены на рис. 5.19. В центре рисунка расположен большой кластер ценностей, одинаково важных для различных групп респондентов и, по-видимому, соответствующих представлениям фрилансеров об идеальной работе. Этот кластер включает как важнейшие внутренние ценности (ин-

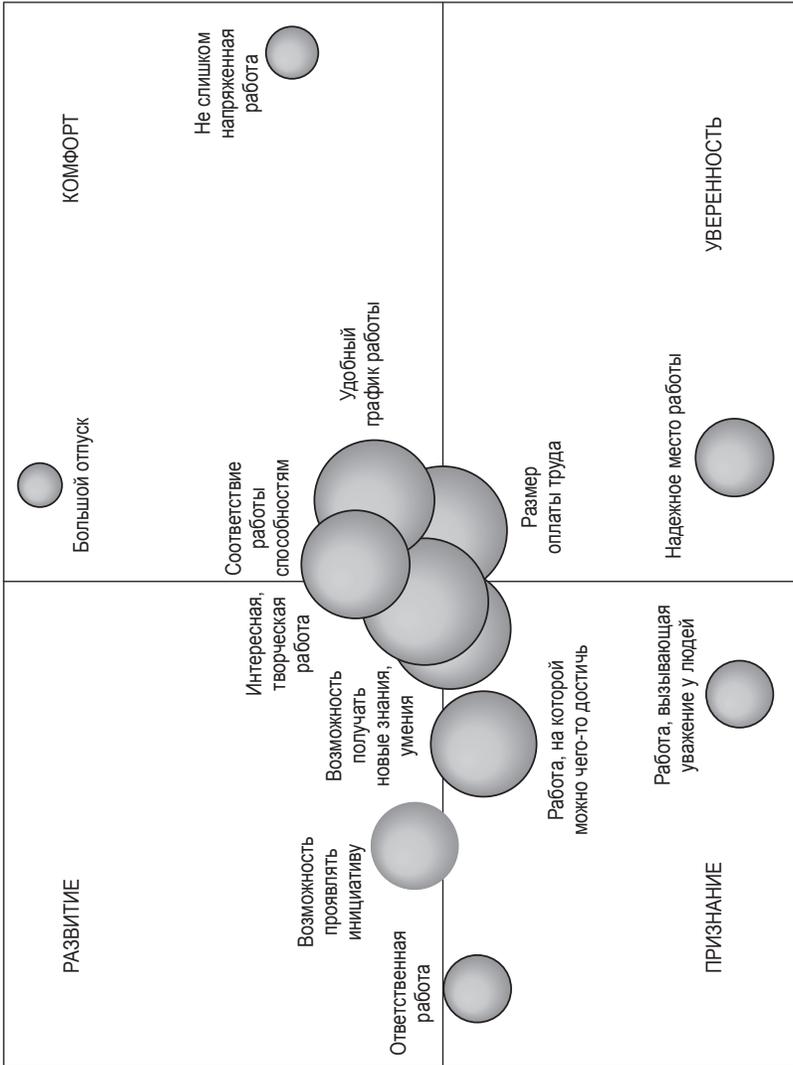


Рис. 5.19. Трудовые ценности фрилансеров: результаты многомерного шкалирования

тересная, творческая работа; возможность получать новые знания и умения и соответствие между работой и способностями человека), так и ключевые внешние (размер оплаты труда и удобный график работы).

В целом же мы видим, что в системе трудовых ценностей фрилансеров можно выделить четыре основные составляющие. Правый верхний квадрант объединяет установки индивида на спокойную и комфортную трудовую деятельность, такие как большой отпуск, не слишком напряженная работа и удобный график. Тем не менее нельзя сказать, что люди, которые называют этот набор ценностей в своих ответах, — лентяи и стремятся к минимизации своих трудовых усилий. Они, скорее, хотят нащупать разумный баланс между работой и личной жизнью.

Правый нижний квадрант включает две переменные, которые с разных сторон характеризуют уверенность человека в завтрашнем дне и стремление к минимизации финансовых рисков. С одной стороны, это надежное место работы, позволяющее гарантировать стабильное ежемесячное поступление денежных средств в семейный бюджет независимо ни от каких внешних обстоятельств. С другой стороны, важен и сам размер денежных доходов домохозяйства, поскольку маленький, но регулярный заработок устраивает далеко не всех. Только в сочетании эти два параметра могут обеспечить человеку финансовую стабильность.

Далее, в левой нижней части рисунка мы наблюдаем комбинацию трудовых установок, отражающих потребность индивида в социальном признании. Человек, выбирающий их, стремится, чтобы выполняемая им трудовая деятельность была социально значимой — не только интересна и важна для него самого, но и приносила пользу окружающим, была важна для общества в целом.

Последний, четвертый квадрант оказался практически незаполненным, однако, по аналогии с первым и вторым квадрантами, мы можем сказать, что его законными «представителями» являются две переменные, тяготеющие к центру рисунка в силу своей высокой распространенности — это интересная и творческая работа, а также стремление получать новые знания и умения. А добавив

к ним желание проявлять инициативу, можно интерпретировать это сочетание как потребность индивида в саморазвитии.

Таким образом, становится очевидной содержательная интерпретация оси абсцисс (X). Слева на рисунке расположены мотивы, отражающие активность и энергичность фрилансера, его стремление к достижению высоких результатов как в индивидуальном, так и в социальном плане. Это именно те установки, которые в научной литературе обычно относят к внутренним (intrinsic) трудовым ценностям. Справа же мы, наоборот, видим набор исключительно внешних (extrinsic) трудовых ценностей, связанных с обеспечением финансовой стабильности и комфортных условий труда.

На оси ординат (Y) мы видим противопоставление социальной (снизу) и индивидуалистической (сверху) трудовой ориентации. Выбор в ходе опроса таких ценностей, как надежное место работы и уважение со стороны других людей, отражает стремление человека работать в коллективе, в организации, быть частью целого, чего-то большего. Им противостоит стремление ориентироваться при выборе работы, прежде всего, на свои индивидуальные потребности, связанные с саморазвитием и комфортом. Похожие результаты были получены нами ранее с помощью факторного анализа трудовых ценностей [Стребков, Шевчук 2009а, 2015б].

5.5.2. Причины выбора карьеры фрилансера

Наиболее популярной причиной выбора нестандартной занятости для русскоязычных фрилансеров по-прежнему остается потребность в дополнительном заработке (44%) (рис. 5.20). Однако для более глубокого понимания вопроса мы предлагаем разделить всех респондентов на три группы в зависимости от того, называли ли они только внешние обстоятельства, только внутренние побуждения или одновременно и те и другие. Оказывается, для 40% опрошенных выбор карьеры фрилансера — это добровольное решение, основанное на личном желании (превращение хобби в оплачиваемую работу, стремление получить профессиональный опыт и расстаться с традиционной работой в организации, изна-

5. Результаты Переписи фрилансеров

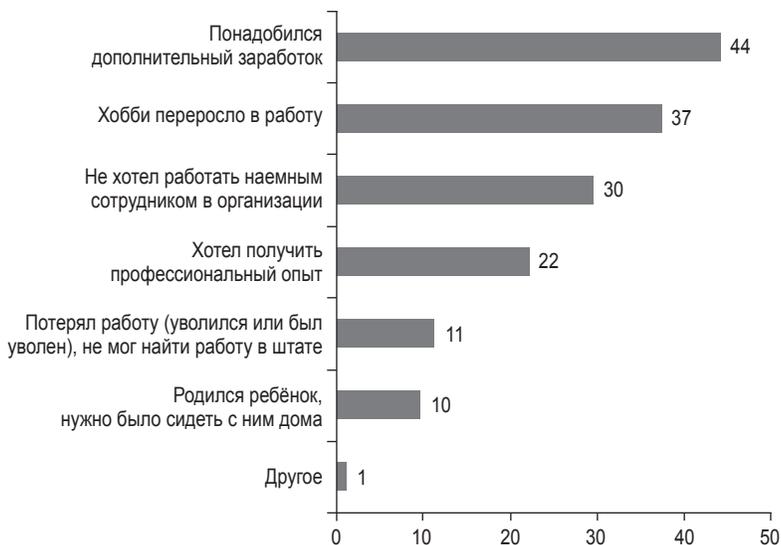


Рис. 5.20. Причины выбора карьеры фрилансера, %, 2014 г.

чальная ориентация на свободную занятость) (рис. 5.21). Для 32% обращение к фрилансу было скорее вынужденной мерой (потребность в дополнительном заработке, потеря работы, рождение ребенка). Стоит отметить, что для 27% респондентов выбор карьеры

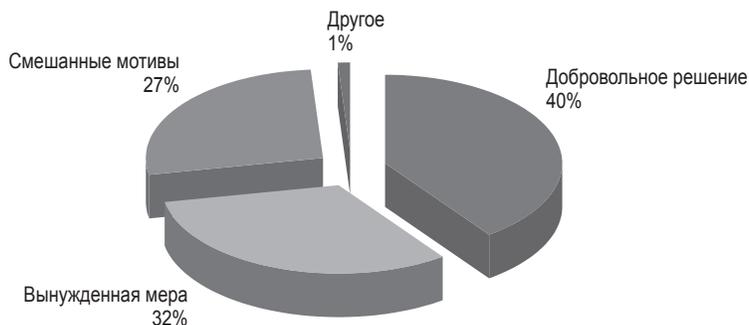


Рис. 5.21. Причины выбора карьеры фрилансера по типам мотивов, %, 2014 г.

фрилансера был обусловлен смешанными мотивами — частично добровольными, а частично вынужденными.

Обоснованность разделения всех мотивов прихода во фриланс на внутренние и внешние подтверждается и результатами многомерного шкалирования (рис. 5.22). Ось абсцисс (X) в данном случае как раз и отражает данную дифференциацию: слева расположены три внутренних мотива, справа — три внешних. При этом очевидно, что между внутренними мотивами есть очень много общего: на рисунке они расположены очень близко друг к другу, а значит, люди часто называют их в своих ответах одновременно. Таким образом, у людей, которые приходят во фриланс добровольно, это решение складывается не спонтанно, а как разумная комбинация их желаний и возможностей. А вот внешние мотивы прихода во фриланс, наоборот, имеют очень мало общего между собой и явля-

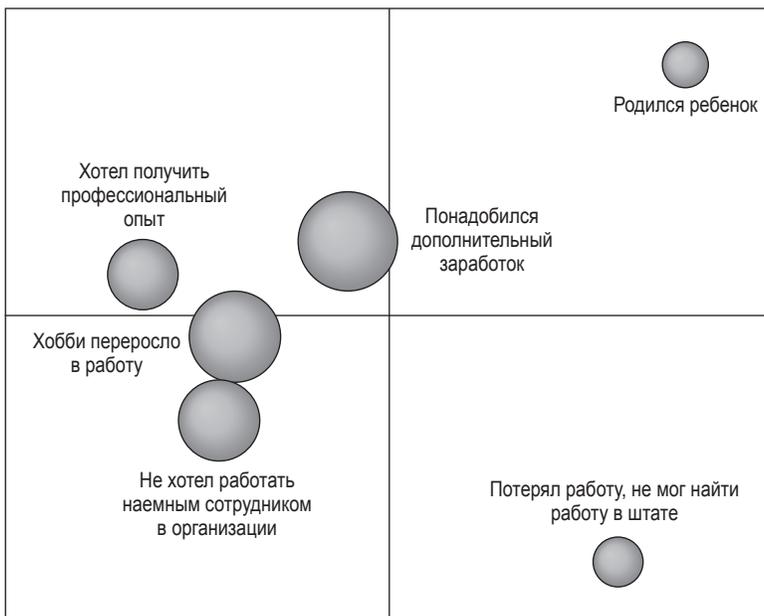


Рис. 5.22. Причины выбора карьеры фрилансера: результаты многомерного шкалирования

ются в значительной степени ситуативными. Действительно, вряд ли одновременно может произойти и рождение ребенка, и вынужденная потеря работы. Что касается возникновения потребности в дополнительных денежных средствах, то из рис. 5.22 видно, что эта переменная имеет больше общего с внутренними мотивами, нежели с двумя другими внешними. В самом деле, нельзя говорить, что потребность в деньгах всегда является вынужденной. В ряде случаев это именно так, когда речь идет о незащищенных и малообеспеченных слоях населения, которым не хватает средств для покупки товаров первой необходимости. Однако в других случаях под дополнительным заработком понимается стремление индивида улучшить свой и без того достаточно неплохой уровень жизни, чтобы, например, иметь возможность съездить на отдых за рубеж, приобрести новую машину, квартиру и т.п. Такое решение, скорее всего, следует рассматривать как добровольное, а не как вынужденное.

5.5.3. Преимущества фриланса

Оценка преимуществ и недостатков фриланса с точки зрения удаленных работников не претерпела каких-либо существенных изменений за изучаемый период [Стребков, Шевчук 2009а]. Наиболее привлекательной составляющей независимой занятости русскоязычные фрилансеры считают возможность работать дома или из любого другого места, а также гибкий график (по 83%). Отметим, что данные преимущества — одни из самых упоминаемых и в западных исследованиях фрилансеров, проводившихся в странах с развитой экономикой [Süß, Sayah 2013; Briscoe, Wardell, Sawyer 2011]. Среди важных положительных сторон нестандартной занятости для русскоязычных фрилансеров также присутствуют такие факторы, как возможность выбирать себе проекты по душе (58%) и отсутствие начальства, постоянного контроля и корпоративных правил (54%) (рис. 5.23).

Говоря о преимуществах фриланса в зависимости от типа занятости, стоит отметить, что для «чистых» фрилансеров» характерен

5.5. Трудовые ценности и мотивация



Рис. 5.23. Преимущества фриланса, %, 2014 г.

выбор практически всех предложенных позитивных черт: возможность работать дома или из любого другого места (86%), гибкий график, возможность самому выбирать время работы (85%), отсутствие начальства, постоянного контроля и корпоративных правил (65%), возможность работать индивидуально, отсутствие коллектива (32%), зависимость результата работы только от собственных усилий (56%), относительно высокий уровень дохода по сравнению с работой в штате (41%). Похожая ситуация и со «студентами», с той лишь разницей, что для данной категории также характерен выбор такой позитивной черты, как возможность совмещать фриланс с работой в организации, учебой, уходом за ребенком (71%). Естественно, что и для «совместителей» возможность совмещения также является чрезвычайно важным преимуществом фриланса (65%). Для категории «предприниматели» важны в первую очередь хорошие возможности для профессионального развития (46%),

а также относительно высокий уровень дохода по сравнению с работой в штате (40%). Для «домохозяек» наиболее ценными являются возможность работать из дома или любого другого места; гибкий график (по 89%), а также возможность совмещения разных видов деятельности (72%).

Результаты многомерного шкалирования показывают, что основными преимуществами фриланса, важными для самых разных категорий независимых работников, являются такие характеристики, как гибкий график, возможность работать дома и возможность выбирать себе проекты по душе (рис. 5.24). Все они так или иначе характеризуют уровень свободы фрилансера — свободы самостоятельно выбирать время, когда работать, место, где работать, и, собственно, само содержание этой работы. В левой части рисунка расположены близкие по смыслу суждения, которые, однако, характеризуют не просто свободу, а независимость и самостоятельность фрилансера — независимость от других людей и организаций: возможность работать индивидуально, отсутствие коллектива; отсутствие начальства, постоянного контроля и корпоративных правил; понимание того, что результат работы зависит только от него самого, от его собственных усилий. В правой части графика находятся три преимущества фриланса, которые достаточно сильно удалены друг от друга, а значит, могут рассматриваться в качестве независимых категорий. К ним относятся финансовая выгода (относительно высокий уровень дохода), профессиональный рост, а также развитие и удобство (возможность совмещать фриланс с работой в организации, учебой, уходом за детьми и т.п.).

Следует отметить, что в ходе опросов, проводившихся в 2009 и 2011 гг., количество вариантов ответа в данном вопросе было больше — 14 против нынешних 9 [Стребков, Шевчук 2009а]. Однако результаты аналогичного многомерного шкалирования, проведенного тогда, показали, что набор закрытий является избыточным: некоторые из них были настолько близки между собой по смыслу, что представлялось разумным их объединить, что и было сделано в ходе опроса 2014 г.

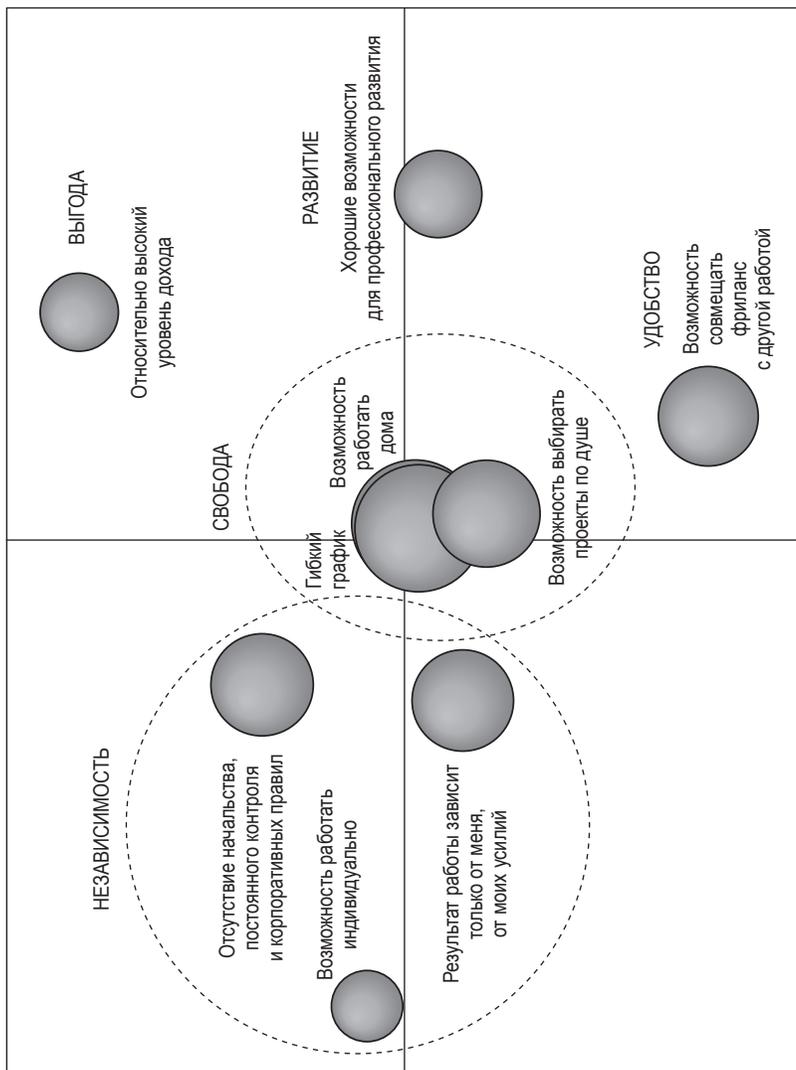


Рис. 5.24. Преимущества фриланса: результаты многомерного шкалирования

5.5.4. Недостатки фриланса

Среди недостатков независимой занятости для русскоязычных фрилансеров на протяжении всех последних лет на первом месте неизменно держится нестабильность и непредсказуемость будущих доходов (54%) (рис. 5.25). Стоит отметить, что проблема неуверенности в будущем дне, вызванная нестабильностью занятости и заработка, — также одна из самых существенных и в стра-



Рис. 5.25. Недостатки фриланса, %, 2014 г.

нах с развитыми экономикой [Dex et al. 2000]. Согласно западным исследованиям нестандартной занятости, большую важность в данном контексте имеет рассмотрение институциональных и социально-структурных условий на рынке удаленной работы, призванных привести стабильность и уверенность в повседневную жизнь фрилансеров [Apitzsch 2010].

Значимыми негативными факторами русскоязычного рынка удаленной работы оказались также демпинг и высокая конкуренция со стороны других фрилансеров (44%), высокие риски, вероятность обмана со стороны заказчика (34%) и необходимость самостоятельного поиска новых проектов (34%). Около трети русскоязычных фрилансеров среди недостатков свободной занятости отмечают также отсутствие социального пакета и гарантий. При этом, как показывают европейские исследования восприятия нестандартной занятости, в других странах проблема социальной незащищенности фрилансеров является одной из самых острых в настоящий момент [Dekker 2010]. Можно предположить, что причины некоторой недооценки важности социальных гарантий русскоязычными фрилансерами отчасти кроются в их молодом возрасте (и, следовательно, более низкой потребности в медицинских услугах), а также в неразвитости пенсионной системы (которая неспособна гарантировать достойный уровень жизни).

Практически каждый третий фрилансер отметил недостаток общения с людьми в качестве недостатка независимой занятости. Зарубежные исследования также отмечают высокую важность проблемы социальной изоляции, обусловленной работой в домашних условиях вне коллектива, которая может привести к негативным психологическим последствиям [Baines 1999, 2002; Barley, Kunda 2006; Bidwell 2009; Apitzsch 2010].

В исследованиях отмечается проблема чрезмерной перегруженности фрилансеров, включая чрезмерную продолжительность рабочего времени, работу в выходные и праздничные дни, в ночные часы и т.п. [Evans, Kunda, Barley 2004]. Каждый пятый русскоязычный фрилансер также с сожалением отметил необходимость работать тогда, когда остальные отдыхают.

Что касается недостатков фриланса в зависимости от типа занятости, стоит обратить внимание на то, что именно для категорий «студенты» и «домохозяйки» характерен выбор самого большого количества негативных черт. Так, среди «студентов» чаще всего встречается недовольство необходимостью самого себя организовывать и контролировать (34%), невысоким престижем фриланса в глазах окружающих (21%), отсутствием карьерного роста (25%), необходимостью самостоятельно заниматься поиском проектов (40%), высокой конкуренцией среди фрилансеров, демпингом (53%), отсутствием социального пакета и социальных гарантий (34%), высокими рисками, вероятностью обмана со стороны заказчика (44%), отсутствием легальных, документально подтвержденных доходов (28%). У «домохозяек» более ярко проявляется недовольство трудностями работы в домашней обстановке (38%), необходимостью работать тогда, когда другие отдыхают (24%), необходимостью самого себя организовывать и контролировать (35%), отсутствием социального пакета и социальных гарантий (37%), высокими рисками, вероятностью обмана со стороны заказчика (37%), а также относительно невысоким уровнем дохода по сравнению с работой в штате (20%). Интересно, что для «чистых» фрилансеров» характерен выбор таких негативных черт, как недостаток общения с людьми (38%), отсутствие социального пакета и социальных гарантий (35%), а также отсутствие легальных, документально подтвержденных доходов (26%). «Совместители» озабочены в большей степени высокими рисками и вероятностью обмана со стороны заказчика (37%). В целом «предприниматели» в меньшей степени, чем другие категории, склонны к оценке фриланса с негативной точки зрения: именно в этой категории чаще, чем в других, встречается вариант ответа «всё нравится» (12%).

Процедура многомерного шкалирования показывает, что все те недостатки фриланса, с которыми сталкиваются независимые работники в своей деятельности, разделяются на три основные группы (рис. 5.26). Первая и наиболее наполненная из них связана с разнообразными финансовыми и социальными рисками, которые могут привести к проблемам с поиском новых заказов и, как след-

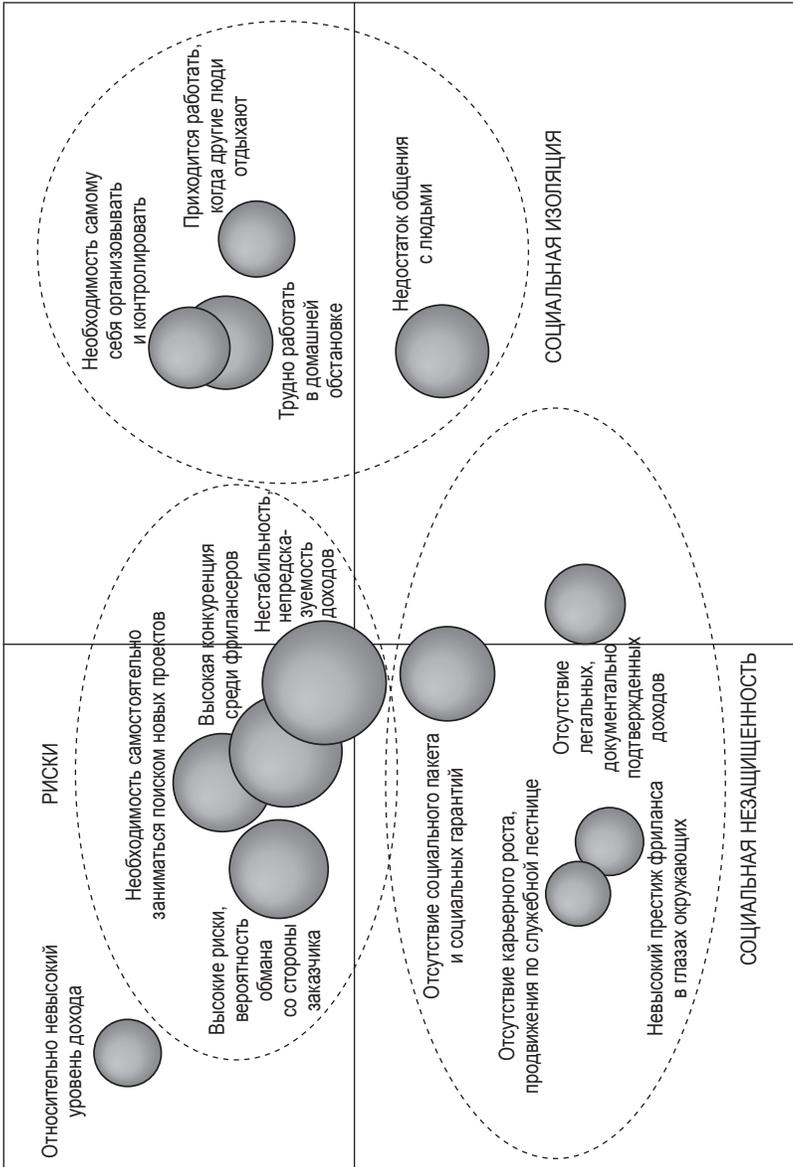


Рис. 5.26. Недостатки фриланса: результаты многомерного шкалирования

ствие, к отсутствию стабильных денежных поступлений. К этим рискам относятся нестабильность, непредсказуемость будущих доходов; высокая и недобросовестная конкуренция среди фрилансеров (включающая демпинг); необходимость самостоятельно заниматься поиском новых проектов и вероятность обмана со стороны заказчика. Естественно, что в непосредственной близости от этой группы проблем находится и позиция, связанная с относительно невысоким уровнем дохода фрилансеров. Риски и низкий уровень дохода неразрывно связаны друг с другом.

Вторая группа проблем, с которыми приходится сталкиваться фрилансерам, связана с их социальной незащищенностью. Респондентов беспокоит отсутствие социального пакета и социальных гарантий; отсутствие легальных, документально подтвержденных доходов; отсутствие карьерного роста, продвижения по служебной лестнице и невысокий престиж данного вида занятости в глазах окружающих. Таким образом, люди чувствуют свою в некотором роде «ущербность», а деятельность фрилансеров рассматривается ими как непрестижная и социально неодобряемая.

Третья большая группа проблем и недостатков фриланса связана с социальной изоляцией независимых работников. Если для некоторых из них, как было показано выше, возможность работать индивидуально, отсутствие начальства и постоянного контроля — большое преимущество по сравнению с традиционной занятостью, то для других, наоборот, — неприятность, с которой приходится мириться. Так, фрилансеры жалуются на недостаток общения с людьми, на то, что им трудно работать в домашней обстановке, приходится работать тогда, когда другие люди отдыхают, и необходимо самому себя организовывать и контролировать.

В целом можно отметить, что для каждой группы преимуществ фриланса можно привести зеркально ей соответствующую группу недостатков. Так, независимые работники стремятся быть свободными и делать то, что хотят, но при этом регулярно сталкиваются с различными рисками в ходе своей деятельности. Обратной стороной стремления к независимости от других людей является социальная изоляция. А развитию профессиональных

навыков и профессиональному росту можно противопоставить отсутствие социальной защищенности и продвижения по карьерной лестнице.

Основные выводы. Структура трудовых ценностей фрилансеров отличается от структуры ценностей основной массы работающего населения России. Независимые профессионалы в большей степени ценят интересную и соответствующую своим способностям работу, на которой можно проявлять инициативу и достигать определенных результатов, что отражает постматериалистический характер их трудовых ценностей. Важно, что около двух пятых из них пришли во фриланс в результате добровольного и осознанного решения, тогда как для одной третьей это было скорее вынужденной мерой (потребность в дополнительном заработке, потеря работы, рождение ребенка). Наиболее привлекательной чертой фриланса является организационная автономия (возможность работать из дома или из любого другого места, а также гибкий график). Важными положительными чертами нестандартной занятости также являются трудовая свобода (возможность выбирать себе проекты по душе) и социальная автономия (отсутствие начальства, постоянного контроля и корпоративных правил). Среди недостатков независимой занятости фрилансеры традиционно отмечают нестабильность и непредсказуемость будущих доходов, демпинг и высокую конкуренцию, а также риски оппортунизма со стороны заказчика.

5.6. Организация трудовой деятельности

5.6.1. Место работы

В 2009 г. в ходе опроса фрилансерам задавались вопросы о месте работы, а также о преимуществах и недостатках работы дома [Стребков, Шевчук 2009а]. Оказалось, что более 85% всех опрошенных работают преимущественно дома — в кабинете или в общей жилой комнате, кухне. При этом 10% работают в офисе организации, в штате которой состоят, — т.е. используют помещение

и оборудование работодателя в рабочее время в личных целях. Как видно из рис. 5.27, только 4% фрилансеров занимаются выполнением заказов преимущественно вне дома (в кафе, помещении заказчика, в дороге и т.п.).

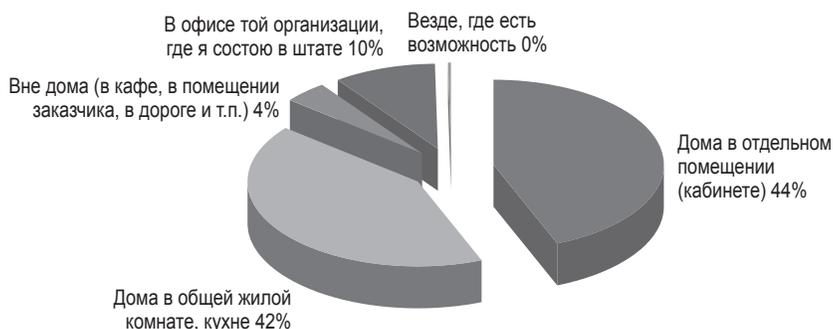


Рис. 5.27. Место работы, %, 2009 г.

Работа дома в отдельном помещении (кабинете) в большей степени характерна для «студентов» (53,6%), «предпринимателей» (51,9%) и «чистых» фрилансеров» (49,8%) (табл. 5.4). «Домохозяйки» чаще, чем другие категории, работают дома в жилой комнате или кухне (73,8%), что неудивительно: им приходится совмещать работу с домашними обязанностями и уходом за ребенком. Стоит отметить, что именно «домохозяйки» в качестве основного недостатка работы дома отмечают, что их часто отвлекают от работы другие члены семьи (71,5%).

Для категории «предприниматели» в большей степени характерна работа вне дома (в кафе, помещении заказчика и т.д.) (11,1%). Вероятно, именно поэтому среди предпринимателей гораздо больше людей, которые не видят серьезных недостатков в работе дома (20,4%). Каждый пятый совместитель сообщил, что работает над фриланс-проектами в офисе организации, в которой состоит в штате, а значит, использует рабочее время, оборудование и помещение официального работодателя в своих целях.

Таблица 5.4. Место работы в зависимости от типа занятости, 2009 г.

Место работы	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Дома в отдельном помещении (кабинете)	49,8	51,9	37,4	53,6	24,3	43,9
Дома в общей жилой комнате, кухне	43,9	25,8	40,1	42,7	73,8	41,9
Вне дома (в кафе, помещении заказчика, в дороге и т.п.)	5,4	11,1	3,3	3,0	1,6	4,3
В офисе той организации, где я состою в штате	0,7	10,6	19,0	0,6	0,3	9,7
Везде, где есть возможность	0,2	0,5	0,1	0,1	0,0	0,2

5.6.2. Продолжительность рабочей недели

Существует стереотип, что фрилансерами становятся люди, которых пугает нормированный рабочий день, которые не любят рано вставать по утрам, — словом, преимущественно лодыри и бездельники. В то же время, как уже было отмечено ранее, в странах с развитой экономикой исследователями, наоборот, часто отмечается проблема перегруженности фрилансеров [Evans, Kunda, Barley 2004].

Результаты нашего исследования дают основания поддержать именно эту, вторую точку зрения: трудовой день русскоязычных фрилансеров в среднем длится даже несколько дольше, чем у офисных работников. Разумеется, здесь мы имеем дело с самооценкой респондентами своего рабочего времени, и проверить достоверность этих данных не представляется возможным. Остается лишь надеяться на то, что люди не особо стремились приукрасить тяготы и невзгоды своей жизни, хотя часть опрошенных, вероятно, все-таки преувеличила свою трудовую нагрузку. Так, например, 3,4% респондентов отметили максимально возможные значения,

заявив, что трудятся 7 дней в неделю по 16 ч каждый день, что соответствует 112-часовой рабочей неделе.

В целом же треть всех фрилансеров (32%) утверждают, что не имеют выходных совсем, почти столько же (30%) работают 6 дней в неделю и чуть более четверти (27%), как и все «нормальные» люди, — 5 дней в неделю. Лишь 11% опрошенных трудится менее 5 дней в неделю. Как правило, к последней группе относятся в основном студенты вузов, совмещающие фриланс с учебой. На протяжении всех трех волн опроса эти цифры практически не менялись.

В среднем фрилансеры работают по 9 ч в день, причем «совместители» и «предприниматели», чтобы все успевать, вынуждены трудиться еще больше — по 10 ч в день. «Чистые» фрилансеры могут позволить себе иметь стандартный 8-часовой рабочий день, а домохозяйкам и студентам удается посвящать работе лишь по 6,7–6,9 ч в день.

Итого в неделю в среднем у каждого фрилансера набегает по 52 рабочих часа, причем людям, имеющим дополнительную работу в организации или ведущим предпринимательскую деятельность, приходится трудиться по 57–60 ч, что в 1,5 раза превышает стандартный рабочий график. У студентов и домохозяек режим более спокойный: их рабочая неделя составляет лишь 38–39 ч. Промежуточное положение занимают «чистые» фрилансеры, которые уделяют работе в среднем около 48 ч в неделю, что, конечно же, не позволяет считать их лодырями. Как видно из рис. 5.28, только 10% русскоязычных фрилансеров работают по 20 ч в неделю и менее 17% — по 21–35 ч в неделю.

По данным Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ, средняя продолжительность трудовой недели у работающих россиян составляет 44 ч². Кроме того, мы можем выделить группу россиян, которые работают в организации, не являются предпринимателями, не имеют

² Здесь и далее данные о рабочем времени работающих россиян взяты из РЛМЗ за 2013 г. Учтена как основная, так и дополнительная работа.

5.6. Организация трудовой деятельности

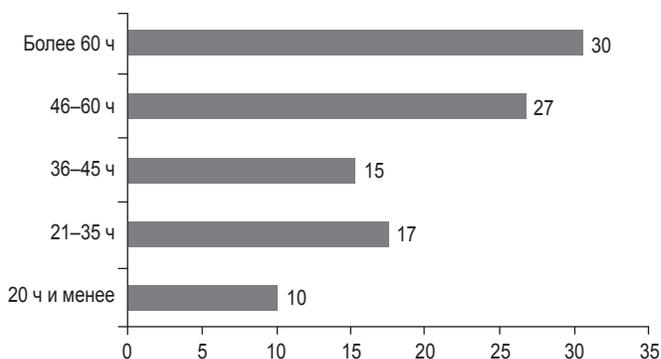


Рис. 5.28. Количество рабочих часов в неделю, %, 2014 г.

дополнительной работы и при этом используют компьютер и Интернет для работы и по месту работы. Таким образом, они максимально близки к фрилансерам по тому виду профессиональной деятельности, которой они занимаются, но при этом максимально отличаются от них по форме занятости. Доля этих людей, которых можно назвать «информационными офисными работниками», среди всех работающих россиян составляет сейчас 25%. В этой группе средняя продолжительность трудовой недели составляет 42 ч. Таким образом, самозанятые профессионалы работают не только больше, чем россияне в целом, но и больше «офисных» коллег. При этом повышенная трудовая нагрузка формируется скорее за счет большего количества дней работы, чем за счет удлинения рабочего времени в течение дня.

Как видно из табл. 5.5, продолжительность рабочего времени значительно варьируется в зависимости от типа занятости. Так, больше всего работают «совместители» и «предприниматели» (в среднем 60,0 и 57,3 ч в неделю соответственно). Именно для этих категорий в большей степени характерно работать более 60 ч в неделю (40,2 и 37,9%). Менее всего времени уделяют работе «студенты» и «домохозяйки» (в среднем по 37,9 и 39,3 ч в неделю). Для данных групп в большей степени, чем для других, характерна занятость в течение 20 ч в неделю и менее (27,9 и 24,1%).

Таблица 5.5. Количество рабочих часов в неделю в зависимости от типа занятости, %, 2014 г.

Количество рабочих часов в неделю	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
20 и менее	11,0	7,0	4,1	27,9	24,1	10,2
21–35	24,6	14,3	7,5	27,1	30,7	17,4
36–45	16,3	14,3	14,4	16,3	13,7	15,2
46–60	23,8	26,5	33,7	14,9	15,1	26,7
Более 60	24,4	37,9	40,2	13,8	16,4	30,5
<i>Среднее количество рабочих часов в неделю</i>	48,4	57,3	60,0	37,9	39,3	52,3

5.6.3. Рабочее время в течение суток

Интересные выводы позволяет сделать анализ тех часов в течение суток, когда фрилансеры выполняют свою работу, ведь именно гибкий график занимает первое место в ряду достоинств фриланса по сравнению с другими формами занятости. Действительно ли фрилансеры в полной мере используют это свое преимущество? Результаты опроса показывают, что, несомненно, так оно и есть. Задавая вопрос, мы разбили сутки на восемь трехчасовых интервалов и попросили отметить те из них, в которые респонденты *обычно* работают в качестве *фрилансеров*.

Как видно из рис. 5.29, за 5 лет предпочтения фрилансеров относительно рабочего времени трансформировались. Значительно (на 7–10 п.п.) увеличилась доля людей, предпочитающих работать в «традиционное» для всех офисных сотрудников дневное время, с 09:00 до 18:00. Одновременно снизилось число фрилансеров, выполняющих свои проекты по вечерам с 21:00 до 24:00 и особенно по ночам с 00:00 до 03:00. Тем не менее самое популярное время, когда многие респонденты любят трудиться, — как и ранее, с 18:00 до 24:00. Почти две трети опрошенных (63–64%) посвящают это

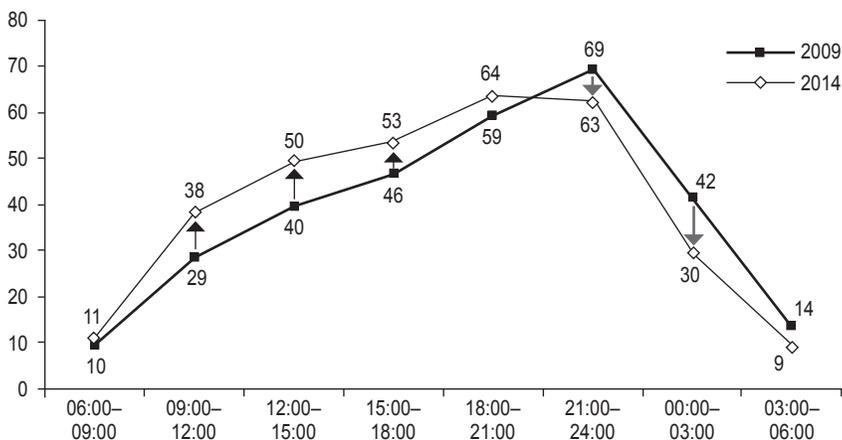


Рис. 5.29. Рабочее время фрилансеров в течение суток, %

время не чтению книг, просмотру телепередач или играм на компьютере, а трудовой деятельности. Примерно половина фрилансеров предпочитает работать с 12:00 до 18:00, 38% трудятся с 09:00 до 12:00 и 30% — с 00:00 до 03:00. И сравнительно немного оказалось тех, кто вступает на трудовую вахту в предрассветные и утренние часы: 9% делают это с 03:00 до 06:00, 11% — с 06:00 до 09:00.

Скорее всего, изменения графика рабочего времени связаны с вышеописанным относительным изменением форм занятости (см. подраздел 5.4.4), так как у каждой группы есть свои «типичные» часы для работы (рис. 5.30). У «совместителей» это период с 18:00 до 24:00 — по возвращении домой после окончания «основного» рабочего дня. У «предпринимателей» — расширенный рабочий день. Он длится с 09:00 вплоть до 24:00. У «студентов» — в основном вечернее и ночное время, с 15:00 до 03:00. У «домохозяек» — время, когда они свободны от занятий с детьми: преимущественно с 09:00 до 18:00 и с 21:00 до 03:00. А вот с 18:00 до 21:00 они, по-видимому, заняты домашними делами — готовят ужин и укладывают детей спать. Лишь 37% из них в это время могут спокойно трудиться. «Чистые» фрилансеры выбирают для работы

5. Результаты Переписи фрилансеров

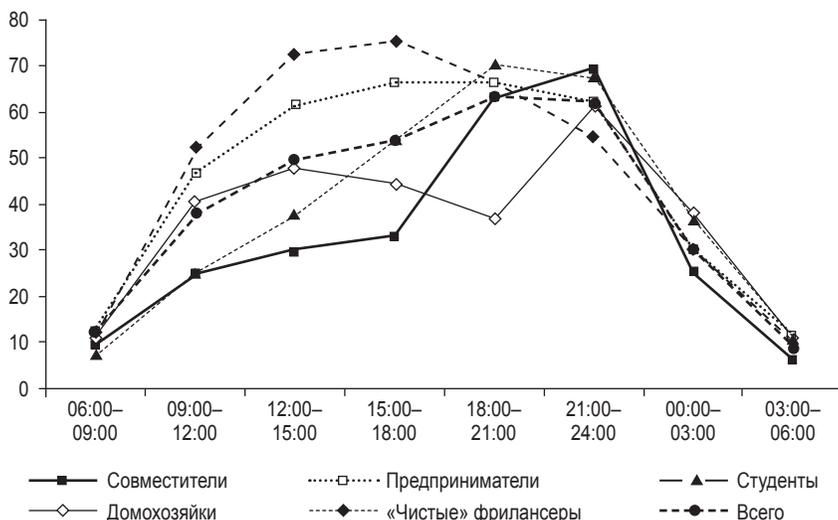


Рис. 5.30. Рабочее время фрилансеров в течение суток в зависимости от типа занятости, % по группам

любое время. Только у них одних нет никакой специфики, их ничто не ограничивает, и они вольны работать когда угодно. Тем не менее более двух третей из них предпочитают вторую половину дня, с 12:00 до 21:00.

Таким образом, очевидно, что для многих групп фрилансеров характерно отклонение оптимального для них периода занятости от традиционного рабочего графика, установленного на большинстве предприятий с 09:00 до 18:00 или с 10:00 до 19:00. Только 12% опрошенных работают исключительно в этот самый период. Более половины всех респондентов занимаются выполнением проектов и в дневное, и в вечернее (ночное) время. Особенно это характерно для «чистых» фрилансеров — 73% из них предпочитают именно такой «комбинированный» рабочий день.

Самое интересное, что треть фрилансеров (33%) чаще всего совсем не работают днем (при этом в 2009 г. таких людей было значительно больше — 40%). Их трудовая деятельность сосредоточена за

пределами традиционного рабочего времени. Конечно, среди них преобладают «совместители» и студенты вузов, которые физически не могут работать в это время, однако и в других группах таких людей немало: от 10% среди «чистых» фрилансеров» до 25% среди «домохозяек».

Как отмечают исследователи нестандартных типов занятости на западных рынках удаленной работы, возможность выбрать комфортное время для труда является значительным преимуществом фрилансеров перед работниками с традиционным типом занятости [Süß, Sayah 2013; Briscoe, Wardell, Sawyer 2011].

5.6.4. Готовность работать больше

В 2014 г. примерно 57% фрилансеров на русскоязычном рынке удаленной работы не стали бы работать больше, даже если у них появилась такая возможность. В частности, они не стремятся брать больше заказов в качестве фриланса, не собираются искать дополнительную работу и не желают сменить работу на другую, требующую больше времени. Как видно из рис. 5.31, только 21% опрошенных определенно или скорее готовы работать больше. Учитывая продолжительное рабочее время фрилансеров, можно предположить, что это связано, в первую очередь, с их большой текущей загруженностью.

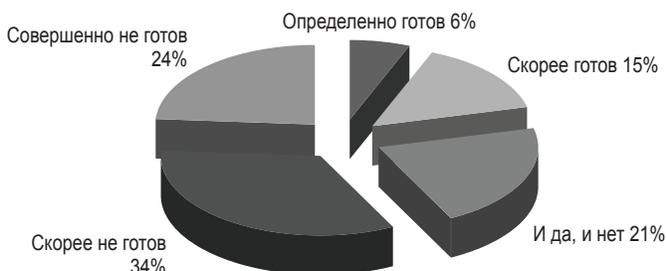


Рис. 5.31. Готовы ли Вы, если будет такая возможность, больше работать? То есть брать больше заказов в качестве фрилансера или найти дополнительную работу или сменить Вашу работу на другую, которая отнимает больше времени? %, 2014 г.

5.6.5. Самоорганизация рабочего времени

В 2009 г. в рамках Переписи фрилансеров мы задавали несколько вопросов, характеризующих самоорганизацию рабочего времени. Выяснилось, что около 33% фрилансеров работают преимущественно тогда, когда чувствуют вдохновение. При этом примерно столько же опрошенных работают регулярно, в определенные часы (32%), а чуть более четверти всех респондентов работают, лишь когда появляется свободное время. Как показано на рис. 5.32, только 7% фрилансеров делают все в последний момент, когда уже поджимают сроки.

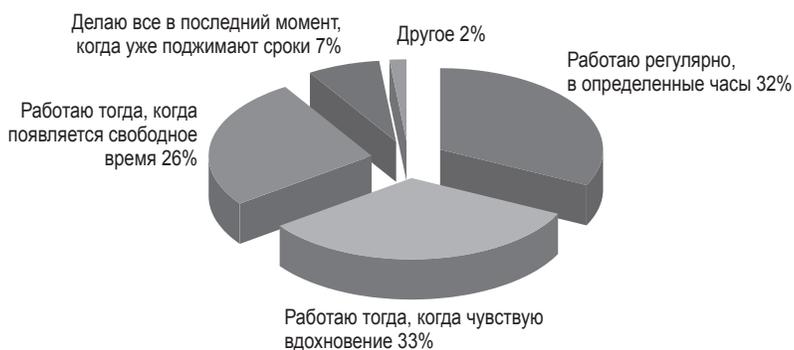


Рис. 5.32. Регулярность работы, %, 2009 г.

Регулярная работа в определенные часы, так же как работа по вдохновению, свойственна в большей степени «чистым» фрилансерам (43,0 и 36,6% соответственно) и «предпринимателям» (43,0 и 35,8% соответственно) (табл. 5.6). «Совместители», так же как и «домохозяйки», работают в основном тогда, когда появляется свободное время (33,0 и 45,1% соответственно), что естественно. Для категории «студенты» характерна работа как по вдохновению (39,6%), так и в свободное время (31,8%).

В опросе 2014 г. мы использовали вопрос об инструментах планирования рабочего времени. Тайм-менеджмент является необходимой практикой самоорганизации в условиях отсутствия

Таблица 5.6. Регулярность работы по типу занятости, 2009 г.

Регулярность работы	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Работаю регулярно, в определенные часы	43,0	43,0	29,9	20,0	30,3	32,3
Работаю тогда, когда чувствую вдохновение	36,6	35,8	28,9	39,6	17,6	32,6
Работаю тогда, когда появляется свободное время	8,9	15,2	33,0	31,8	45,1	26,2
Делаю все в последний момент, когда уже поджимают сроки	8,2	4,3	7,0	7,7	4,9	7,1
Другое	3,3	1,6	1,3	0,9	2,2	1,8

навязанного сверху трудового распорядка. Выяснилось, что около половины всех опрошенных делают записи на внешних материальных носителях: в ежедневнике, на стикерах или отдельных листках бумаги. Около 16% подходят к проблеме организации своего рабочего времени еще ответственнее и используют для этих целей специальную компьютерную программу. Однако более трети всех фрилансеров не используют специальных инструментов тайм-менеджмента и предпочитают держать все основные дела в голове (рис. 5.33).

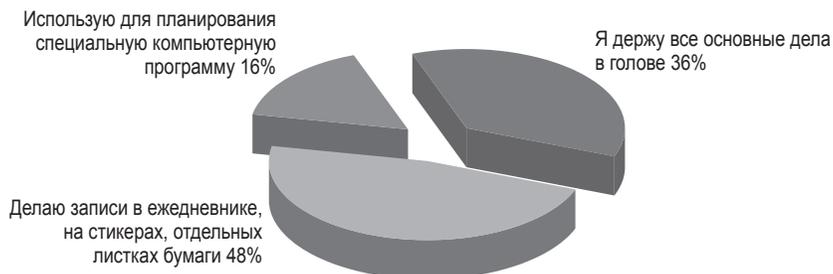


Рис. 5.33. Организация и планирование рабочего времени, %, 2014 г.

Наименее организованы «студенты» и «домохозяйки», которые предпочитают не использовать формализованные процедуры планирования времени, а, как правило, держат все дела в голове (47,0 и 39,7% соответственно). При этом для «домохозяек» характерно использование еще и бумажных носителей (50,8%). «Предприниматели», напротив, уделяют повышенное внимание тайм-менеджменту и чаще используют для этого специальные компьютерные программы (27,2%). Что касается «совместителей» и «“чистых” фрилансеров», то их поведение в отношении организации и планирования рабочего времени в целом практически не отличается от средних значений по выборке (табл. 5.7).

Таблица 5.7. Организация и планирование рабочего времени, %, 2014 г.

Организация и планирование времени	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Я держу все основные дела в голове	36,9	24,2	35,8	47,0	39,7	36,3
Делаю записи в ежедневнике, на стикерах, отдельных листках бумаги	46,4	48,6	48,4	42,0	50,8	47,4
Использую для планирования специальную компьютерную программу	16,7	27,2	15,8	11,0	9,5	16,3

Основные выводы. Среди отличительных черт организации трудовой деятельности фрилансеров можно выделить работу преимущественно в домашних условиях (кабинете или общей жилой комнате, кухне), а также довольно высокую продолжительность рабочей недели и трудового дня, зачастую превышающую стандартный рабочий график при традиционной занятости. Что касается рабочего времени в течение суток, для независимых профессионалов также характерно отклонение от периода занятости в традиционном рабочем графике в штате организации — более половины всех

опрошенных работают и в дневное, и в вечернее (ночное) время. В целом фрилансеры достаточно плотно загружены работой, поэтому большинство из них не стали бы работать больше, даже если такая возможность у них появилась. Около трети всех независимых профессионалов работают «по вдохновению» и примерно столько же работают регулярно, в определенные часы. Тайм-менеджмент является необходимой практикой самоорганизации в условиях отсутствия навязанного сверху трудового распорядка: около половины опрошенных составляют план работы в ежедневнике или пользуются другими бумажными носителями, а еще 16% используют для этих целей специальную компьютерную программу.

5.7. Отношения фрилансеров с заказчиками

5.7.1. Географическое местоположение заказчиков

Русскоязычный рынок удаленной работы, как и другие подобные рынки, действует поверх географических и политических границ, объединяя заказчиков и фрилансеров из различных регионов и стран [Hong, Pavlou 2012; Horton 2010]. Результаты опроса показали, что 36% всех русскоязычных фрилансеров работают с клиентами из своего региона (края, области и т.д.), 34% выполняют заказы для клиентов из других районов своей страны и 30% работают с клиентами из других стран (рис. 5.34).

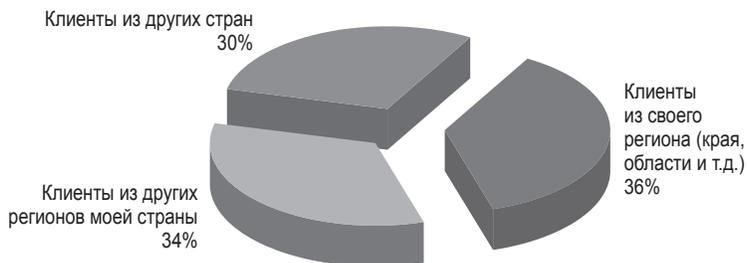


Рис. 5.34. Географическое местоположение заказчиков, %

При этом существенно различаются между собой ответы русскоязычных фрилансеров, проживающих в России и за рубежом. Среди россиян лишь минимальное число опрошенных (5%) чаще работает с клиентами из других государств, а два других варианта ответа имеют примерно одинаковую распространенность: половина (48%) работает с клиентами из своего региона (края, области и т.д.), практически столько же (47%) — с клиентами из других российских регионов. При этом интересно, что 75% жителей Москвы и Московской области работают преимущественно с заказчиками из своего же, столичного региона, а вот в Санкт-Петербурге местных заказчиков находят только 57% фрилансеров. В остальных же российских регионах в среднем только 35% независимых профессионалов пользуются услугами локального рынка труда, в то время как 60% ищут клиентов в России, но за пределами своего края или области.

Среди фрилансеров, проживающих на территориях бывших советских республик, большинство, напротив, работает с клиентами из других стран. В частности, на Украине таковых 69%, в Беларуси — 71%, Казахстане — 61%, Молдове — и вовсе 86%. Таким образом, мы можем уверенно утверждать, что, скорее всего, бóльшая часть заказов для русскоязычных фрилансеров генерируется компаниями, расположенными в России, более того — на территории Москвы и Московской области.

5.7.2. Количество заказчиков в течение последнего года

В среднем каждому четвертому фрилансеру, принявшему участие в опросе, удалось поработать за последний год с 6–10 клиентами (рис. 5.35). Более высокую активность проявила треть респондентов: они получали заказы от 11 и более организаций, предпринимателей и частных лиц. Также примерно треть опрошенных входила за год в контакт с небольшим количеством заказчиков — от трех до пяти. Наконец, каждый десятый фрилансер

5.7. Отношения фрилансеров с заказчиками

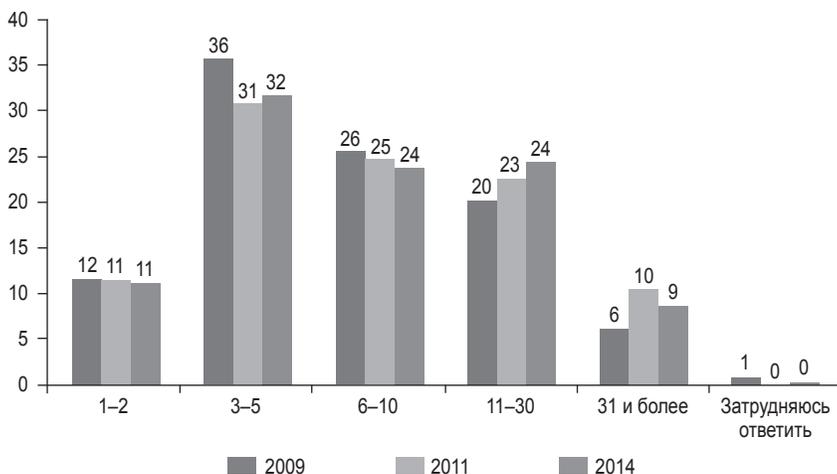


Рис. 5.35. Количество заказчиков в течение последнего года, %

взаимодействовал лишь с минимальным числом контрагентов — с одним или двумя. При этом, как видно из рис. 5.35, данное распределение ответов относительно стабильно и практически не меняется год от года.

Здесь важно отметить, что меньшее количество заказчиков еще не означает профессиональной несостоятельности фрилансера — наоборот, зачастую наиболее успешные удаленные работники взаимодействуют лишь с ограниченным количеством постоянных клиентов, для которых они выполняют проекты на регулярной основе и на более выгодных условиях.

Что касается различий в количестве заказчиков в течение последнего года в зависимости от типа занятости, стоит отметить, что наибольшее количество клиентов (11 и более) характерно для «чистых» фрилансеров» (41%) и «предпринимателей» (49%). Наименьшее же количество клиентов (1–2) характерно для «совместителей». Для них фриланс, по-видимому, является скорее подработкой, и интенсивность контактов с заказчиками не столь высока — они могут себе это позволить.

5.7.3. Количество проектов в течение последнего года

Около 60% всех фрилансеров за последний год завершили более 10 оплачиваемых проектов, что соответствует выполнению одного или более проекта в месяц (рис. 5.36). Примерно пятая часть фрилансеров выполняет от 6 до 10 проектов в год, и практически столько же занято на 2–5 проектах. Как и в случае с количеством заказчиков, представленные цифры достаточно стабильны от волны к волне, что говорит об отсутствии каких-либо направленных тенденций в данном вопросе.

И здесь мы точно так же не можем однозначно утверждать, что фрилансеры, выполнившие небольшое количество заказов за последний год, уступают по своей профессиональной активности тем, кто выполнил более 30 заказов. В данном случае важно обратить внимание на характер и размер каждого выполненного проекта. Самые крупные долгосрочные и высокооплачиваемые виды работ чаще всего встречаются в сфере IT-технологий и программирования, тогда как наиболее мелкие и низкооплачиваемые — в сфере рерайтинга и копирайтинга.

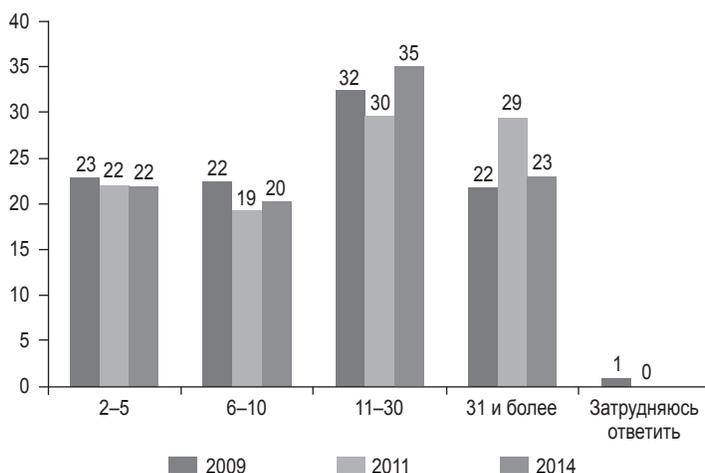


Рис. 5.36. Количество проектов в течение последнего года, %

Также надо отметить, что наибольшее количество заказов (31 и более) характерно для категорий «чистые» фрилансеры» и «предприниматели» (31 и 27% соответственно). Напротив, небольшое количество проектов за последний год (от 2 до 5) чаще всего удается завершить «совместителям» и «студентам» (28 и 26% соответственно).

5.7.4. Способы поиска заказчиков

Применительно к фрилансерам тема поиска работы имеет свою специфику: они ищут не классическое место работы (должность), а определенный объем работ (заказ). Не вступая в долговременные трудовые отношения, фрилансеры практически постоянно находятся в поиске новых заказов. Мы отмечали ранее, что рынки удаленной работы организованы вокруг специализированных интернет-сайтов — бирж удаленной работы. На этих сайтах фрилансеры предлагают свои профессиональные услуги, а заинтересованные лица и организации — заказы. Казалось бы, наличие таких мощных информационных систем должно в принципе решить для контрагентов проблему взаимного поиска и в совокупности с другими факторами приблизить рынок удаленной работы к идеалу совершенной конкуренции с атомизированными агентами и разовыми сделками. Однако ранее нами было показано, что в действительности ситуация выглядит иначе: фрилансеры более активно задействуют социальные каналы (знакомства и рекомендации), а сам рынок оказывается пронизан социальными сетями [Стребков, Шевчук 2009б, 2012б].

Результаты третьей волны также демонстрируют, насколько широко распространены среди фрилансеров каналы поиска заказчиков, связанные с социальным капиталом (рис. 5.37). В частности, 63% опрошенных работают с постоянными заказчиками; 49% получают заказы по рекомендациям своих бывших клиентов; 33% опираются на рекомендации друзей и знакомых, а 17% пользуются рекомендациями других фрилансеров, коллег. При этом 83% респондентов в ходе опроса назвали по крайней мере

5. Результаты Переписи фрилансеров



Рис. 5.37. Способы поиска заказчиков, %, 2014 г.

один вариант ответа из четырех перечисленных. Несмотря на то что практически все наши респонденты зарегистрированы на биржах удаленной работы (в частности, 95% — на FL.ru), только около половины из них реально использует биржи для получения заказов³. Однако на протяжении последних 5 лет популярность бирж удаленной работы неуклонно росла — с 42% в 2009 г. до 53% в 2014 г. Выявленный тренд свидетельствует о возрастании роли электронных бирж удаленной работы в качестве инфраструктуры и технической платформы при поиске заказов русскоязычными фрилансерами. Существенно меньшая доля приходится на «обычные» сайты по поиску работы (12%), а также на собственный интернет-сайт, форумы, блоги и виртуальные сообщества (16%). Наконец, самый сложный и редко встречающийся способ — это

³ По данным Переписи фрилансеров — 2009, в среднем по выборке на биржи удаленной работы приходилась ровно половина заработка индивида от фрилансерской деятельности. В 2011 и 2014 гг. этот вопрос не задавался.

5.7. Отношения фрилансеров с заказчиками

«холодный» обзвон потенциальных клиентов, рассылка предложений по электронной почте и т.п. (4%).

Наиболее активными в поиске являются «предприниматели», которые одновременно используют максимальное количество различных способов: они широко задействуют как социальный капитал и личные связи (работа с постоянными заказчиками, рекомендации бывших заказчиков и коллег, друзей и знакомых), так и рыночные каналы (табл. 5.8). «Предприниматели» в 2–3 раза чаще, чем остальные группы, делают ставку на собственный сайт, форумы, блоги и виртуальные сообщества (36,1%), а также на «холодный» обзвон и рассылки предложений по электронной почте (8,2%). «Студенты» и «домохозяйки» обладают гораздо меньшим социальным капиталом: для них более характерным является по-

Таблица 5.8. Способы поиска работы в зависимости от типа занятости, %, 2014 г.

Способ поиска работы	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Работаю с постоянными заказчиками	71,2	71,2	56,5	51,2	63,2	63,0
По рекомендации бывших заказчиков, клиентов	49,1	69,1	48,6	35,5	36,8	48,8
По рекомендации других фрилансеров, коллег	17,6	21,4	16,2	12,7	11,6	16,5
По рекомендации друзей, знакомых	27,3	45,4	37,7	27,0	25,2	33,1
Через биржи удаленной работы для фрилансеров	59,1	49,7	46,9	57,0	59,5	53,1
Через «обычные» сайты по поиску работы (Job.ru, Hh.ru и т.п.)	10,5	11,5	13,2	14,1	14,5	12,2
Через собственный сайт, блог или страницу в социальной сети	17,8	36,1	11,1	14,7	11,6	16,1
Через «холодный» обзвон потенциальных клиентов, рассылку предложений по электронной почте и т.п.	4,4	8,2	2,8	4,6	3,8	4,1
Другое	0,8	0,6	0,3	1,0	0,3	0,6

иск клиентов через специальные биржи удаленной работы для фрилансеров (57,0 и 59,5% соответственно). «Совместители» же (как и «предприниматели») чаще остальных находят заказчиков по рекомендациям друзей и знакомых (37,7%). Главными источниками заказов для «чистых» фрилансеров являются постоянные клиенты (71,2%) и биржи удаленной работы (59,1%).

Естественно, мало кто из фрилансеров ограничивается лишь одним каналом поиска новых заказов, используя, например, только биржи удаленной работы или размещая рекламу в Интернете. Напротив, чаще всего применяются сразу несколько вариантов, и в среднем каждый фрилансер прибегает к двум-трем таким способам. Результаты многомерного шкалирования показывают, что мы можем разделить способы поиска заказчиков на три основные группы (рис. 5.38). Первая группа объединяет все четыре способа поиска, при которых происходит опора на свои социальные связи начиная от работы с постоянными заказчиками и заканчивая рекомендациями других фрилансеров, коллег. Таким образом, если люди прибегают к одному «социальному» способу поиска заказчиков, то с большой вероятностью они прибегнут и к другим «социальным» способам. А вот «рыночные» способы поиска заказчиков разделяются на две группы, которые находятся на значительном удалении друг от друга. Это значит, что они используются, как правило, независимо друг от друга и применяются в разных условиях разными людьми. Первая группа связана с использованием стандартных и общедоступных инструментов, таких как биржи удаленной работы и «обычные» сайты по поиску работы (Job.ru, Nh.ru и т.п.). Вторая группа объединяет более сложные, трудозатратные и индивидуализированные способы поиска новых заказов, включающие «холодный» обзвон потенциальных клиентов, почтовые рекламные и информационные рассылки, а также инвестиции в создание и поддержку собственного сайта, блога или страницы в социальных сетях. В первом случае фрилансер пользуется готовой инфраструктурой для поиска заказов, а во втором — проявляет собственную инициативу, презентуя себя на рынке.

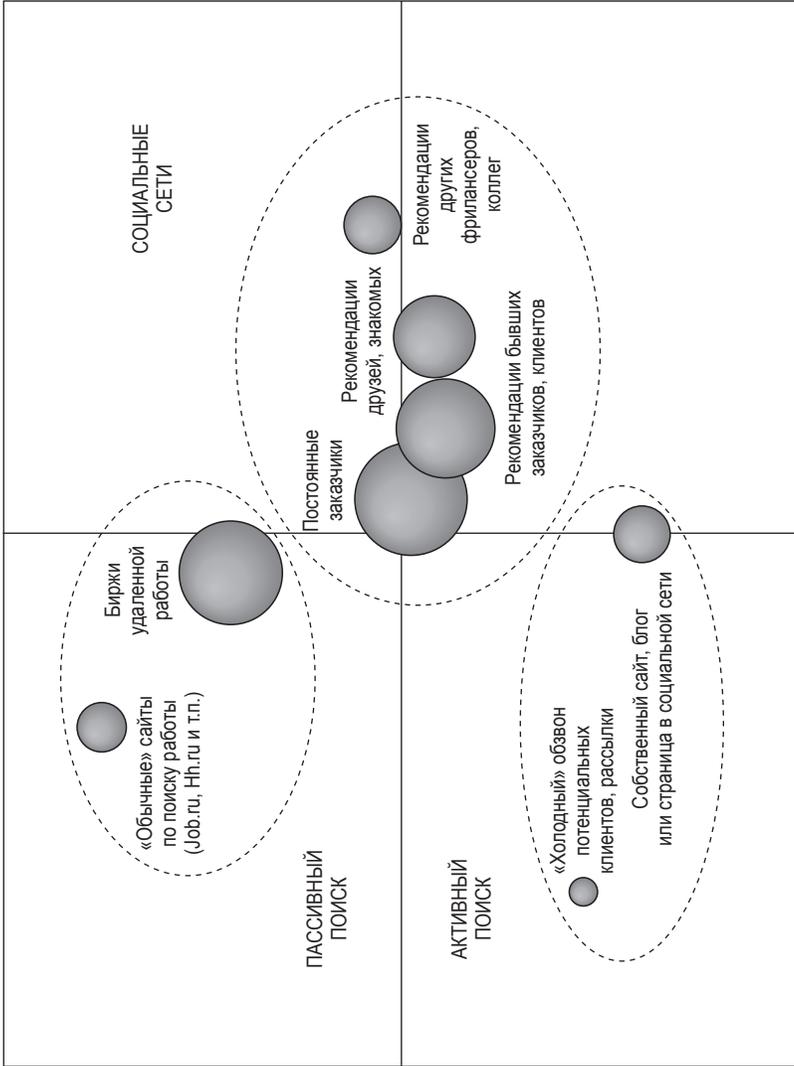


Рис. 5.38. Способы поиска заказчиков: результаты многомерного шкалирования

В зависимости от способа поиска работы можно выделить три группы фрилансеров, следующих соответствующей стратегии: рыночной, сетевой, смешанной. Первая группа, которая при поиске заказчиков пользуется только открытыми рыночными способами (одним или несколькими), объединяет 17% респондентов. Людей, опирающихся исключительно на свой социальный капитал, в выборке оказалось 32%. И большинство — свыше половины опрошенных (51%) — одновременно пользуется и рыночными, и социальными каналами поиска новых клиентов, т.е. применяет смешанную стратегию.

5.7.5. Важные характеристики заказчика

В 2011 г. мы задавали фрилансерам вопрос, по каким критериям они выбирают заказчиков (рис. 5.39). Наиболее важными оказались такие параметры, как адекватность персонала, с которым приходится непосредственно взаимодействовать (63%), способность составить четкое и ясное техническое задание (62%), а также личный опыт сотрудничества с данным заказчиком (59%). Чуть менее важны возможность в дальнейшем получить от этого же заказчика более серьезный проект (43%), отзывы о заказчике в Интернете (38%), а также рекомендации друзей и знакомых (29%). Сфера деятельности заказчика важна только для 28% фрилансеров. Они также отметили имидж компании-заказчика, ее известность в стране, в регионе (20%), возможность заключить официальный договор (11%), территориальную близость, возможность встретиться с заказчиком лично (10%), а также возможность в дальнейшем устроиться к этому заказчику на постоянную работу в штат (6%). Последняя характеристика означает, что большинство респондентов сознательно предпочли самостоятельную занятость работе в штате организации, и именно поэтому опция дальнейшего официального трудоустройства их не привлекает. На рынке удаленной работы территориальная близость заказчика по важности отходит на второй план (всегда существует возможность связаться посредством современных коммуникационных

5.7. Отношения фрилансеров с заказчиками

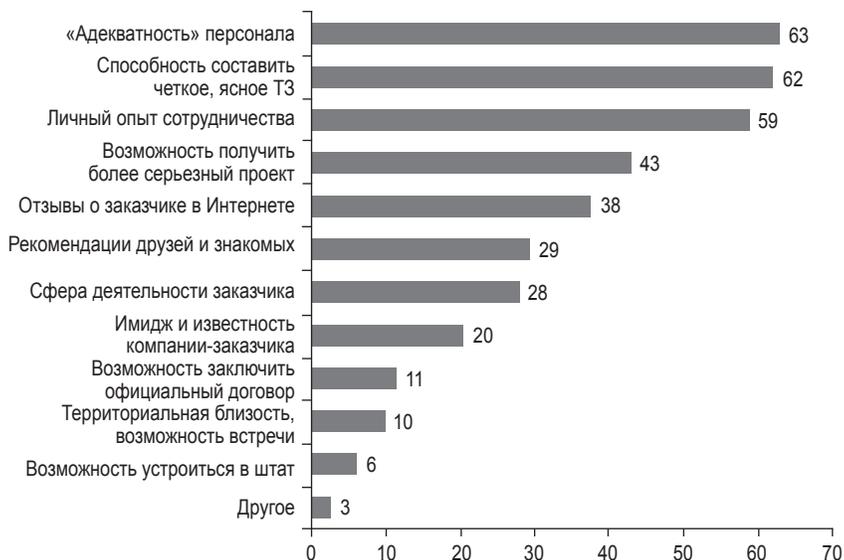


Рис. 5.39. Критерии выбора заказчика, %, 2011 г.

и информационных технологий). Что касается возможности заключения официального договора, то, как мы увидим далее, эта опция в целом не слишком распространена на русскоязычных рынках удаленной работы.

Как показывают результаты многомерного шкалирования (рис. 5.40), при выборе заказчика фрилансеры опираются на четыре основные группы критериев. При этом центральное положение здесь занимают такие характеристики, как «адекватность» персонала, способность составить четкое и ясное техническое задание, личный опыт сотрудничества с данным заказчиком и возможность в перспективе получить от него более серьезный и многообещающий проект. Все эти характеристики объединяет представление о потенциальном контрагенте как *надежном и перспективном* деловом партнере. Однако существует и ряд других параметров, которые фрилансеры анализируют, прежде чем согласиться работать с тем или иным клиентом. Часть из них обращает внимание на

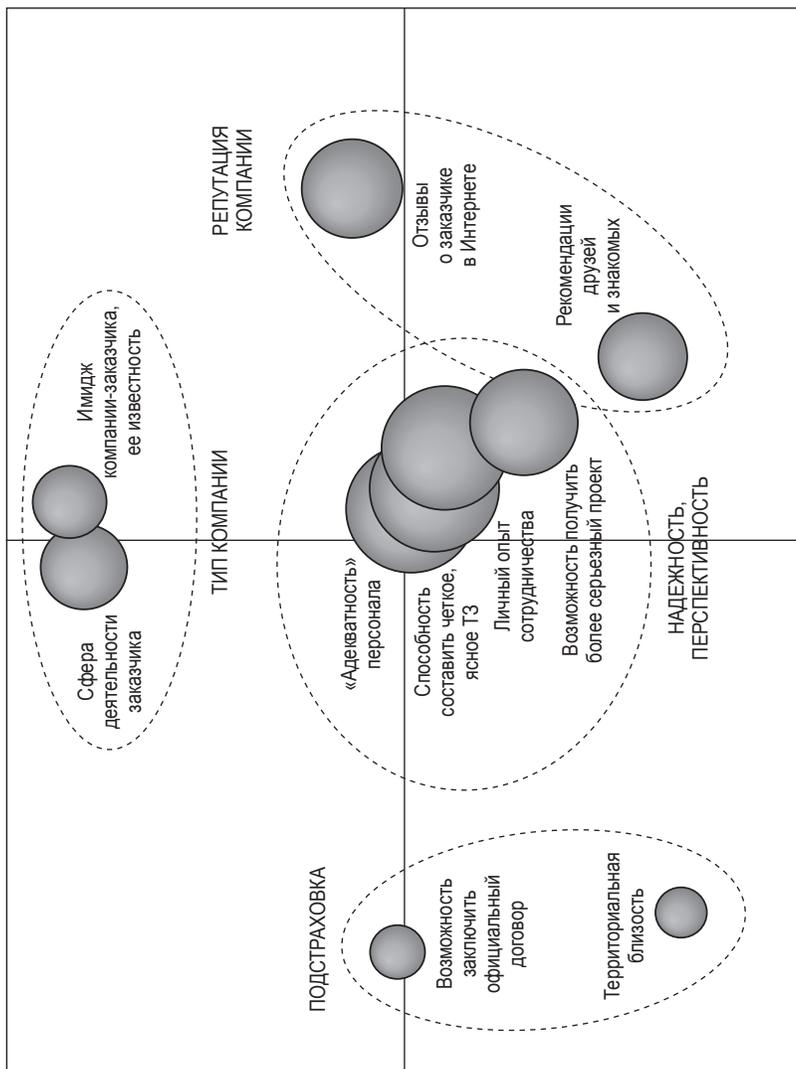


Рис. 5.40. Критерии выбора заказчика: результаты многомерного шкалирования

репутацию компании, причем здесь могут быть важны как рекомендации друзей и знакомых, так и просто отзывы о заказчике в Интернете от тех фрилансеров, которые работали с ним ранее. Других интересует сам *тип компании*, с которой они планируют сотрудничать, в частности, сфера ее деятельности, имидж, известность на рынке и, вероятно, другие формальные характеристики. Наконец, четвертая группа важных для фрилансеров характеристик включает возможность заключить с заказчиком официальный договор и территориальную близость, что можно интерпретировать как желание *подстраховаться* на случай возникновения непредвиденных и конфликтных ситуаций. Похожие результаты получены нашими коллегами с помощью факторного анализа [Маркин, Назарбаева 2014].

Анализируя взаимное расположение на плоскости критериев выбора заказчика, мы можем дать содержательную интерпретацию оси абсцисс (X). Она отражает степень социальной укорененности экономического действия индивида, в данном случае — действия, связанного с выбором контрагента [Радаев 2005, с. 82]. В правой части графика его выбор обусловлен в значительной степени мнением социального окружения и степенью включенности в социальные сети. Значительно более важную роль для него играют неформальные, личностные характеристики. В левой же части графика, напротив, выбор индивида связан прежде всего с анализом возможных будущих рисков. В этом случае решение вырабатывается с учетом фактических (формальных) параметров, в первую очередь возможности встретиться с заказчиком лично и заключить с ним официальный договор.

5.7.6. Каналы коммуникации с заказчиками

Самым популярным способом коммуникации с заказчиками является общение при помощи электронной почты или текстовых сообщений: подавляющее большинство опрошенных (94%) используют этот вид коммуникации всегда или часто. Аудиозвонками пользуются чуть более 40% фрилансеров. Видеозвонки и лич-

ные встречи менее распространены (эти каналы коммуникации часто или всегда используют 7 и 17% соответственно) (рис. 5.41). Таким образом, фрилансеры больше полагаются на безличные способы взаимодействия с контрагентами. В режиме удаленной работы личные встречи с заказчиками, находящимися в других городах и регионах, объективно затруднены, а вот вопрос, почему фрилансеры не столь активно используют возможности видеозвонков (например, с использованием Skype), требует дополнительного изучения.

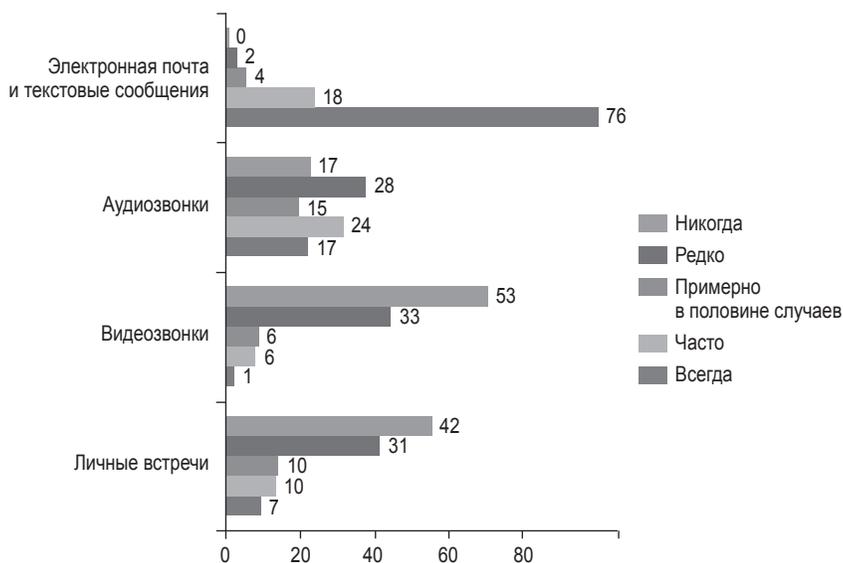


Рис. 5.41. Способы взаимодействия с заказчиками, %, 2014 г.

При этом «предприниматели» активнее всего используют все возможные каналы коммуникации: как аудиозвонки (57,5% — часто или всегда), так и личные встречи (30,5%) и видеозвонки (12,4%). При этом стоит отметить, что «предприниматели» почти в 2 раза чаще, чем остальные группы, встречаются со своими клиентами лично. Для «совместителей» также несколько в большей степени характерны личные встречи с заказчиками (19,8%). Для

остальных категорий фрилансеров более характерно освоение виртуальных каналов безличной коммуникации.

Интересно, что использование фрилансерами личных встреч как канала коммуникации с заказчиком сократилось за период с 2011 по 2014 г. Так, доля тех, кто чаще не встречается или практически никогда не встречается с заказчиками лично, выросла с 65,5% в 2011 г. до 72,2% в 2014 г. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что фрилансеры все больше осваивают виртуальные методы работы и коммуникации.

5.7.7. Формы закрепления договоренностей с заказчиками

На русскоязычном рынке удаленной работы доминируют неформальные отношения. Неизменно высокий уровень неформальности фиксировался в течение всего изучаемого периода: лишь 12% всех фрилансеров в каждой из трех волн исследования заявили о том, что они обычно заключают официальный письменный договор с заказчиками. По данным 2014 г., чуть менее половины опрошенных (44%) официального договора не составляют, а все основные вопросы (техническое задание, требования, уровень оплаты) фиксируют в ходе переписки. Четверть фрилансеров (26%) вообще договариваются с заказчиками обо всем, как правило, только в устной форме. Специальные сервисы бирж удаленной работы, такие как «безопасная сделка», используют 15% фрилансеров (рис. 5.42). Здесь надо учитывать, что услуга «безопасная сделка» (escrow), так же как и функция арбитража, были введены русскоязычной биржей удаленной работы относительно недавно и призваны сократить возможные риски оппортунизма со стороны как клиентов, так и исполнителей.

В странах с развитой экономикой также отмечается сравнительно высокий уровень неформальности на рынке фриланса [Ospowitz 2010]. Так, например, только треть всех независимых профессионалов в США заключает официальные договоры со своими заказчиками на постоянной основе [Rodgers, Horowitz, Wuolo 2014,

5. Результаты Переписи фрилансеров

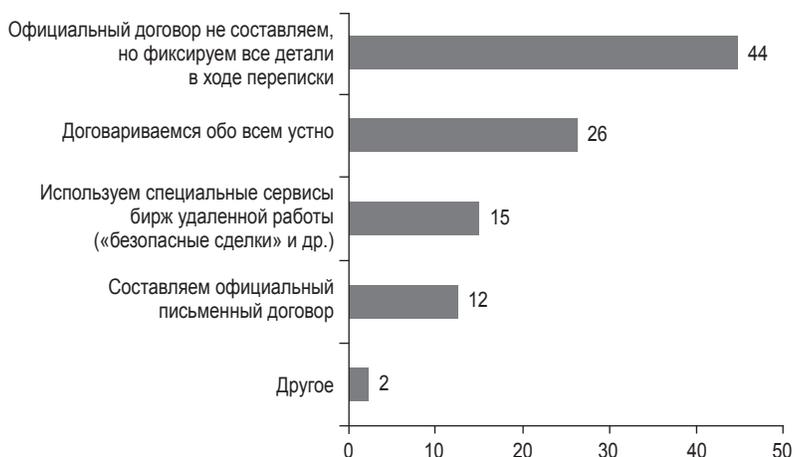


Рис. 5.42. Формы закрепления договоренностей с заказчиками, %, 2014 г.

р. 715]. Таким образом, мы можем прийти к выводу, что в более общем социально-экономическом контексте гибкие рыночные отношения и небольшие масштабы производства создают благоприятные условия для развития неформальной занятости. Стоит также отметить, что в России, как и во многих других странах с переходной экономикой, в прошлом входивших в состав Советского Союза, уровень неформальности и оппортунизма в сфере занятости и предпринимательства традиционно довольно высок [Cherupenko 2014].

Говоря о формах закрепления договоренностей с заказчиками в зависимости от типа занятости, стоит отметить, что «предприниматели» более чем в 2 раза чаще других групп заключают с клиентами официальные договоры (29,3%) (табл. 5.9). Такая стратегия совершенно не характерна для «студентов» и «домохозяек», которые чаще всего фиксируют все детали задания в ходе переписки (50,2% в каждой группе). Интересно, что именно «студенты» лучше всего освоили сервисы бирж удаленной работы («безопасные сделки») по сравнению с другими категориями фрилансеров.

Таблица 5.9. Формы закрепления договоренностей с заказчиками в зависимости от типа занятости, %, 2014 г.

Форма закрепления договоренностей	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Составляем официальный письменный договор	12,9	29,3	10,6	4,7	7,0	12,4
Используем специальные сервисы бирж удаленной работы («безопасные сделки» и др.)	14,2	13,0	14,3	19,6	17,1	14,8
Официальный договор не составляем, но фиксируем все детали в ходе переписки	43,6	36,7	44,9	50,2	50,2	44,5
Договариваемся обо всем устно	26,4	18,4	28,3	24,2	24,4	26,1
Другое	2,9	2,6	1,8	1,2	1,3	2,2

5.7.8. Проблемы с заказчиками

Хорошо известно, что неформальность на рынке труда влечет за собой повышенную опасность нарушения трудовых прав работников [Valenzuela et al. 2006]. По данным исследований профсоюза фрилансеров США, около 44% независимых профессионалов в этой стране сталкиваются с проблемами, связанными с оплатой работы. Около 38% фрилансеров страдают от задержек оплаты, 13% получили меньшее вознаграждение, чем было оговорено ранее, а 17% так и не получили гонорара за выполненный проект [Rodgers, Horowitz, Wuolo 2014, p. 715].

Принимая во внимание высокую степень неформальности на русскоязычном рынке удаленной работы, неудивительно наблюдать и значительный уровень оппортунистического поведения. Мы уже анализировали эту проблему на данных опросов 2009 и 2011 гг. [Стребков, Шевчук 2009б, 2012а]. В 2014 г. мы изменили вопрос о нарушениях с целью замерить их интенсивность. Около

5. Результаты Переписи фрилансеров



Рис. 5.43. Проблемы с заказчиками, %, 2014 г.

88% русскоязычных фрилансеров заявили о том, что в течение прошедшего года сталкивались с нарушениями первоначальных договоренностей со стороны заказчиков. Чаще всего у фрилансеров возникали проблемы, связанные с задержкой оплаты (76%) и изменениями первоначальных задач, сокращением сроков (70%). Наиболее редкими являются проблемы полной или частичной невыплаты гонорара (71 и 60% соответственно никогда не сталкивались с проблемами подобного рода) (рис. 5.43).

5.7.9. Способы решения проблем с заказчиками

Мы задавали респондентам вопрос, удавалось ли им разрешить конфликтные ситуации с контрагентами в случае их возникновения, и если да, то каким именно способом (рис. 5.44). Как и ожидалось, большинство фрилансеров (62%) решают возникающие проблемы с заказчиками путем переговоров, а формальные меха-

5.7. Отношения фрилансеров с заказчиками



Рис. 5.44. Способы решения конфликтных ситуаций с заказчиками, %, 2014 г.

низмы задействуются крайне редко. На всем протяжении рассматриваемого периода для защиты своих прав в суд обращались не более 1% фрилансеров. При этом роль бирж удаленной работы в разрешении споров постоянно росла: с 2% в 2009 г. до 4% в 2011 г. и 7% в 2014 г. Можно ожидать, что эта тенденция продолжится в дальнейшем. При этом каждая пятая конфликтная ситуация в конечном счете так и не была успешно разрешена. В предыдущих работах нами было показано, что в условиях отсутствия формальных институтов именно социальные связи (с бывшими заказчиками, коллегами-фрилансерами, а также просто знакомыми) помогают русскоязычным фрилансерам уменьшить риски оппортунизма со стороны клиентов [Shevchuk, Strebkov 2012a].

При этом среди различных групп именно «предпринимателям» чаще всего удастся успешно разрешать проблемы в ходе переговоров с клиентами (71,0%) (табл. 5.10). «Предпринимателям» также значительно чаще других удастся защитить свои интересы в судебном порядке. «Домохозяйкам» же, напротив, разрешение проблем с клиентами удастся хуже всего (у 26,6% ситуация в конечном счете так и не была разрешена).

Таблица 5.10. Разрешение конфликтных ситуаций с заказчиками в зависимости от типа занятости, %, 2014 г.

Способ разрешения конфликта	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Не сталкивался с нарушением условий договора	10,3	7,9	13,6	12,9	15,0	12,0
Да, путем переговоров с заказчиком	61,2	71,0	62,9	57,8	52,2	61,8
Да, с участием администрации биржи удаленной работы	7,0	6,7	5,6	8,1	7,4	6,5
Да, через обращения в судебные инстанции	0,8	2,4	0,8	1,6	0,8	1,0
Да, с использованием угроз и силовых методов	2,7	4,1	2,0	3,7	2,2	2,6
Да, другим способом	0,3	0,3	0,3	0,1	0,1	0,3
Нет, ситуация в конечном счете не была разрешена	24,5	17,9	20,3	23,4	26,6	22,3

Основные выводы. Русскоязычные фрилансеры действуют поверх географических и политических границ, примерно в равной степени работая с клиентами из своего региона, других регионов страны, а также с заказчиками из других стран. В среднем каждому фрилансеру, принявшему участие в опросе, удалось поработать за последний год с 6–10 клиентами, и около 60% всех фрилансеров за последний год завершили более 10 оплачиваемых проектов, что соответствует выполнению одного или более проекта в месяц. Выросла популярность бирж удаленной работы как основного источника получения фрилансерами новых заказов (с 42 до 53% за 5 лет), что демонстрирует укрепление положения этих интернет-порталов в качестве базовой инфраструктуры рынка. Вместе с этим для поиска заказчиков независимые работники также активно задействуют и неформальные социальные сети (знакомства и рекомендации). Среди наиболее важных характеристик заказчика независимые профессионалы отмечают его «адекватность», спо-

способность составить четкое и ясное техническое задание, а также личный опыт сотрудничества с данным заказчиком, а самым популярным способом коммуникации с клиентами является общение при помощи электронной почты или текстовых сообщений, а также телефонные звонки. Главная негативная тенденция на рынке удаленной работы связана с его неформальностью, уровень которой остается стабильным на протяжении всего рассматриваемого периода: только 12% фрилансеров заключают официальный письменный договор со своими заказчиками. В то же время растет популярность сервиса «безопасных сделок», предоставляемых биржами удаленной работы, который может стать основой процесса легализации. Высокий уровень неформальности на русскоязычном рынке удаленной работы обуславливает и значительный уровень оппортунистического поведения: подавляющее большинство русскоязычных фрилансеров заявили о том, что в течение прошедшего года сталкивались с нарушениями первоначальных договоренностей со стороны заказчиков (задержка оплаты, изменения первоначальных задач, сокращение сроков). Большинство фрилансеров решают возникающие с заказчиками проблемы путем переговоров, используя формальные механизмы регулирования только в самых крайних случаях: в условиях отсутствия формальных институтов именно социальные связи помогают независимым профессионалам уменьшить риски оппортунизма со стороны клиентов.

5.8. Уровень благосостояния и социальное самочувствие

5.8.1. Доходы

Вопрос о примерном среднемесечном доходе за прошедший год задавался нами не в открытой, а в интервальной форме, поскольку мы стремились повысить качество данных и избежать большого количества отказов от ответов. Как показала перепись, доходы фрилансеров существенно различаются в зависимости от

вида их деятельности, профессионального опыта, страны, региона и многих других параметров, однако примерно в половине случаев в 2014 г. сумма составила от 12 до 36 тыс. руб. в месяц. При этом самые высокие доходы (свыше 60 тыс. руб.) чаще всего встречаются у людей, проживающих на территории России (19% против 10% на Украине и 13% в других странах). Что касается минимального дохода, не превышающего 12 тыс. руб. в месяц, то он в большей степени характерен для Украины (25%) и других стран (20%), нежели для России (13%) (рис. 5.45).

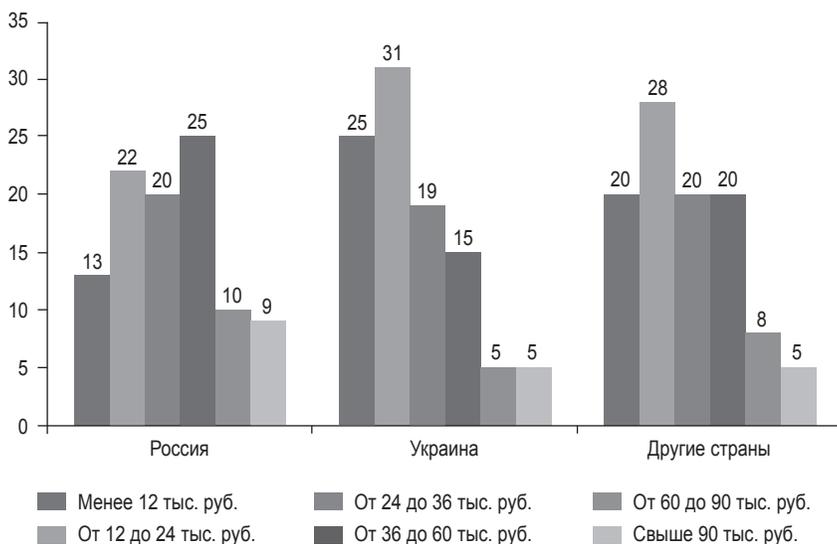


Рис. 5.45. Средний размер личного ежемесячного дохода фрилансеров в зависимости от страны проживания, %, 2014 г.

Для сравнения нами приведены данные Росстата о начисленной заработной плате и данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ о доходах работающих россиян за 2013 г. Мы также выделили группу специалистов, использующих в своей работе компьютер и Интернет

и работающих в организации, что позволит нам сравнить информационных работников, трудящихся самостоятельно и по найму (табл. 5.11).

Таблица 5.11. Доходы фрилансеров в сравнении с доходами населения России, %

Личный доход в месяц, тыс. руб.	Росстат, 2013*	РМЭЗ, 2013		Перепись фрилансеров, 2014	
	Начисленная заработная плата**	Работающее население	Информационные работники, трудящиеся по найму	Все фрилансеры	Фрилансеры из России
Менее 12	22,8	32,9	18,3	16,8	12,9
От 12 до 24	36,0	37,1	38,0	25,2	22,3
От 24 до 36	16,3	20,2	26,2	19,9	20,5
От 36 до 60	12,7	8,3	13,9	12,2	13,8
От 60 до 90	9,8	1,1	2,4	9,9	11,5
От 90 до 120	2,3	0,3	0,8	8,5	10,2
Свыше 120		0,2	0,3	7,5	8,8
<i>Итого</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

* Распределение численности работников по размерам начисленной заработной платы в экономике Российской Федерации за апрель 2013 г. URL: <http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/obsled/trud2013.htm>.

** Границы доходных интервалов в выборочном обследовании Росстата немного отличаются от приведенных в Переписи фрилансеров: менее 12,2 тыс.; 12,2–25 тыс.; 25–35 тыс.; 35–50 тыс.; 50–100 тыс.; свыше 100 тыс.

В целом в сравнительном аспекте самозанятые профессионалы выглядят вполне успешными работниками на фоне не только населения России в целом, но и коллег из офисов.

Говоря о динамике среднего размера личного ежемесячного дохода фрилансеров за весь изучаемый период, стоит отметить ряд изменений. Так, в период с 2009 по 2011 г. немного выросла высокодоходная доля фрилансеров, зарабатывающих свыше 100 тыс. руб. (с 3 до 4%), и снизилась низкодоходная доля зарабатывающих менее 10 тыс. руб. (с 20 до 19%) (рис. 5.46). Позитивная тенденция продолжилась и в последующие годы: в 2014 г. менее

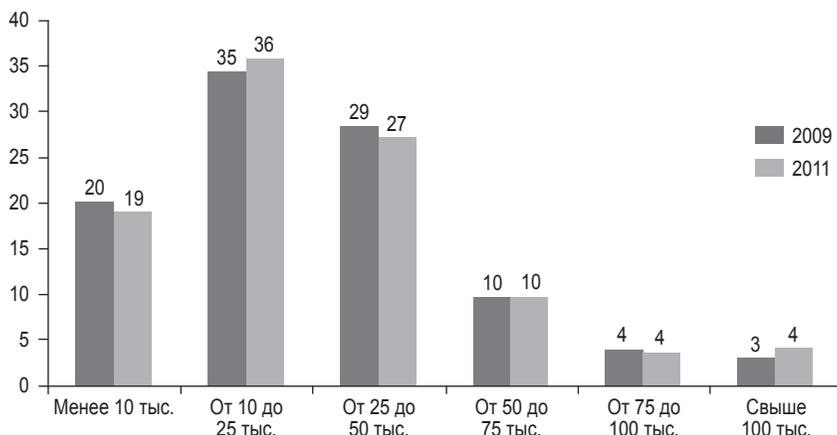


Рис. 5.46. Динамика среднего размера личного ежемесячного дохода фрилансеров, %, 2009, 2011 гг.*

* В 2014 г. доходные интервалы были изменены, поэтому данные последней волны нельзя напрямую сопоставить с данными двух предыдущих.

12 тыс. руб. в месяц зарабатывали только 17% всех опрошенных, а доля людей, получавших свыше 90 тыс. руб., составила 8%.

В ходе исследования мы стремились максимально повысить достоверность собранных данных и избежать большого количества фальсифицированных ответов и отказов от ответа, поэтому вопрос о доходе задавался нами в интервальной форме. Данный метод вполне оправдан, поскольку сами фрилансеры, скорее всего, вряд ли смогли бы достоверно оценить свои доходы с точностью до 5–10 тыс. руб., если бы мы их об этом спросили прямо, учитывая большие колебания доходов от месяца к месяцу и то, что учет доходов и расходов независимыми профессионалами, как правило, не ведется (см. ниже подразделы 5.8.2 и 5.8.3). К сожалению, это затрудняет проведение дальнейших расчетов производных показателей, однако мы попытались это сделать, поставив в соответствие каждому интервалу его среднее значение⁴.

⁴ Интервалу «свыше 100 тыс. руб.» (2009, 2011 гг.) было поставлено в соответствие 120 тыс. руб., а интервалу «свыше 120 тыс. руб.» (2014 г.) — 150 тыс. руб.

В результате оказалось, что средний уровень дохода фрилансера в 2008 и 2010 гг. составлял чуть более 30 тыс. руб. в месяц, а к 2013 г. заметно вырос — до 38 тыс. руб. в месяц. При этом индекс потребительских цен за 3 года, предшествовавших последней волне опроса, согласно данным Росстата, вырос на 18%. Таким образом, можно утверждать, что реальные доходы фрилансеров за это время по крайней мере не снизились, даже немного увеличились. Для сравнения: среднемесячная номинальная начисленная заработная плата по России в целом составляла в 2008 г. 17,3 тыс. руб., в 2010 г. — 21,0, в 2013 г. — 29,8 тыс. руб.

Стоит также обратить внимание на различия в размере личного ежемесячного дохода фрилансера в 2014 г. в зависимости от типа занятости. Так, наибольший доход — свыше 120 тыс. руб. — характерен именно для «предпринимателей» (11,1%), а наименьший — менее 12 тыс. руб. — для «студентов» и «домохозяек» (42,5 и 37,2% соответственно). Средние размеры личного ежемесячного дохода (от 24 до 60 тыс. руб.) характерны в большей степени для «предпринимателей» и «совместителей» (табл. 5.12).

На рынке фриланса наблюдается гендерное неравенство с точки зрения размера личного ежемесячного дохода. Так, в 2014 г. среди мужчин только 12,4% имели заработок ниже 12 тыс. руб. в месяц, в то время как среди женщин таковых было почти в 2 раза больше — 22,8% (табл. 5.13). Аналогично средним заработком свыше 60 тыс. руб. в месяц могли похвастаться 20,7% мужчин и только 9,6% женщин. Таким образом, на русскоязычном рынке удаленной работы наблюдается отчетливо выраженная тенденция более низкого заработка у женщин по сравнению с мужчинами. Безусловно, такое положение дел может быть связано с гендерными различиями в выборе специализации. Как уже было отмечено, мужчины чаще выбирают более высокооплачиваемые специальности, такие как ИТ-технологии, программирование и инжиниринг, тогда как женщины чаще занимаются более «дешевыми» типами работ, такими как копирайт и переводы. Однако некоторые западные исследователи также обращали внимание на гендерное

5. Результаты Переписи фрилансеров

Таблица 5.12. Средний размер личного ежемесячного дохода, 2014 г.

Средний размер личного ежемесячного дохода, тыс. руб.	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Менее 12	18,1	6,0	9,0	42,5	37,2	16,8
От 12 до 24	27,1	13,7	23,8	31,5	32,1	25,2
От 24 до 36	20,2	16,1	22,7	14,5	14,9	19,9
От 36 до 48	11,5	14,7	14,7	4,5	6,7	12,2
От 48 до 60	9,6	13,8	11,5	3,5	4,8	9,9
От 60 до 90	7,1	15,4	10,8	1,8	2,0	8,5
От 90 до 120	3,4	9,3	4,2	0,7	0,8	3,9
Свыше 120	3,0	11,1	3,2	0,9	1,5	3,6
<i>Совокупный доход индивида в месяц</i>	35,5	59,2	41,4	19,8	22,5	37,8

Таблица 5.13. Различия в среднем размере личного ежемесячного дохода в зависимости от пола, % по группам, 2014 г.

	Средний размер личного ежемесячного дохода, %								Всего
	Менее 12 тыс. руб.	От 12 до 24 тыс. руб.	От 24 до 36 тыс. руб.	От 36 до 48 тыс. руб.	От 48 до 60 тыс. руб.	От 60 до 90 тыс. руб.	От 90 до 120 тыс. руб.	Свыше 120 тыс. руб.	
Мужчины	12,4	21,8	20,1	13,8	11,2	10,4	5,4	4,9	100
Женщины	22,8	29,9	19,6	10,0	8,1	6,0	1,9	1,7	100
Всего	16,8	25,2	19,9	12,2	9,9	8,5	3,9	3,6	100

неравенство во фриланс-среде с точки зрения доступа к выгодным заказам и высокой заработной плате в пределах одной профессиональной сферы [Gill 2002].

5.8.2. Колебания доходов

В 2009 г. мы задавали фрилансерам вопрос о колебаниях их доходов⁵. Выяснилось, что чуть менее чем для половины всех опрошенных (44%) уровень доходов от месяца к месяцу может различаться в 1,5–2 раза. А еще у одной пятой фрилансеров возникают различия в заработках более чем в 2 раза. Как показано на рис. 5.47, только у 36% всех фрилансеров доход практически не меняется от месяца к месяцу. Таким образом, мы можем сделать вывод, что большинство фрилансеров сталкиваются со значительными колебаниями доходов от месяца к месяцу, а значит, скорее всего, попадают в ситуацию финансовой неопределенности и нестабильности.

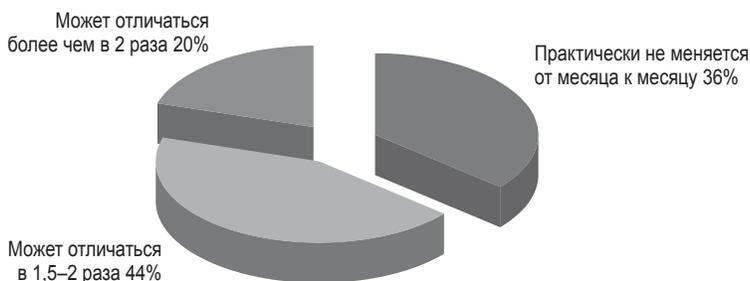


Рис. 5.47. Колебания доходов от месяца к месяцу, %, 2009 г.

При этом важно отметить, что только «совместители» могут похвастаться относительной стабильностью доходов (45,4%) (табл. 5.14). Безусловно, это объясняется тем, что помимо дохода от фриланса данная категория работников располагает еще и фиксированной заработной платой по месту постоянной занятости в организации. Существенным колебаниям доходов от месяца

⁵ Более подробно блок вопросов, касающихся материального положения и финансового поведения фрилансеров, рассмотрен в работе [Вязникова, Стребков 2009].

Таблица 5.14. Колебание доходов по типу занятости, 2009 г.

Колебание доходов	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Практически не меняется от месяца к месяцу	25,0	25,4	45,4	32,4	34,5	36,1
Может отличаться в 1,5–2 раза	46,8	50,0	42,4	41,9	36,9	43,6
Может отличаться более чем в 2 раза	28,2	24,6	12,2	25,7	28,6	20,3

к месяцу (могут отличаться более чем в 2 раза) подвержены все остальные категории фрилансеров, наиболее часто сталкиваются с этим «чистые» фрилансеры» и «домохозяйки».

5.8.3. Учет доходов и расходов

Большинство русскоязычных фрилансеров ведут лишь примерное планирование личных доходов и расходов (61%). Пятая часть независимых профессионалов (22%) не ведет никакого учета и планирования доходов, и только 17% ведут строгий и детальный учет (рис. 5.48).

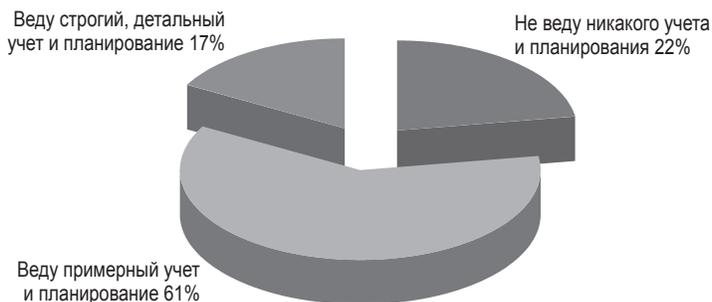


Рис. 5.48. Учет и планирование личных доходов и расходов, %, 2014 г.

Таблица 5.15. Учет и планирование доходов и расходов, 2014 г.

Степень учета и планирования	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Не веду никакого учета и планирования доходов и расходов	23,9	17,6	20,1	33,3	22,9	22,5
Веду примерный учет и планирование доходов и расходов	57,8	54,8	64,5	56,3	63,9	60,5
Веду строгий, детальный учет и планирование доходов и расходов	18,2	27,6	15,4	10,3	13,1	17,0

Как и в случае с тайм-менеджментом, наибольший уровень самоорганизации демонстрируют «предприниматели», которые чаще ведут строгий, детальный учет и планирование доходов и расходов (27,6%). Примерный учет и планирование доходов и расходов более распространен среди «совместителей» (64,5%), а отсутствие финансового учета — среди «студентов» (33,3%) (табл. 5.15).

5.8.4. Усталость от работы

Несмотря на ряд преимуществ независимой занятости, многие фрилансеры испытывают стресс от работы. В частности, источником стресса может быть необходимость круглосуточного мониторинга сайтов на предмет подачи заявок на все новые и новые заказы, а также беспокойство в связи с возможностью пропустить выгодный проект [Caraway 2010].

Русскоязычные фрилансеры в целом не очень сильно подвержены стрессу (рис. 5.49). Более половины опрошенных весьма редко ощущают эмоциональное истощение и сильную усталость от работы, а 7% никогда не сталкивались с подобными проблемами. Вместе с этим 24% фрилансеров ощущают сильную усталость от работы примерно в половине случаев, около 15% сталкиваются

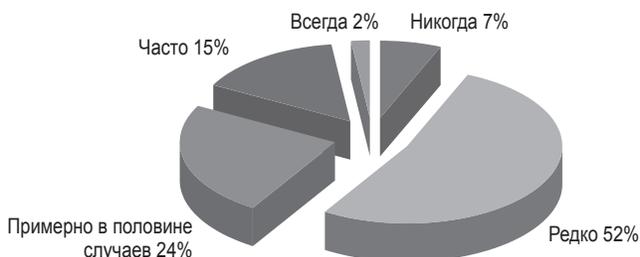


Рис. 5.49. Как часто в последнее время Вы чувствовали эмоциональное истощение, сильную усталость от работы? %, 2014 г.

с эмоциональным истощением довольно часто, еще 2% опрошенных находятся в состоянии стресса и психологической усталости постоянно.

5.8.5. Удовлетворенность различными сторонами работы и жизни

За последние 5 лет кардинальных изменений с точки зрения удовлетворенности фрилансерами своей работой не произошло. Чуть менее половины всех фрилансеров удовлетворены ею, и лишь около 13% заявили о своей неудовлетворенности⁶ (рис. 5.50).

В 2014 г. большинство русскоязычных фрилансеров были высоко удовлетворены и своей жизнью в целом (57%), лишь 11% из них заявили о низкой удовлетворенности (рис. 5.51).

Наконец, особый интерес представляет удовлетворенность соотношением времени, потраченным фрилансерами на работу, и временем, которое посвящается другим сторонам жизни. Как видно из рис. 5.52, в 2014 г. немного возросла по сравнению с 2011 г. доля опрошенных как с высокой степенью удовлетворен-

⁶ Степень удовлетворенности работой, жизнью и балансом между работой и жизнью измерялась в ходе опроса по 9-балльной шкале. При анализе оценки 1–3 объединены в категорию «не удовлетворен»; оценки 4–6 — в категорию «и да, и нет»; оценки 7–9 — в категорию «удовлетворен».

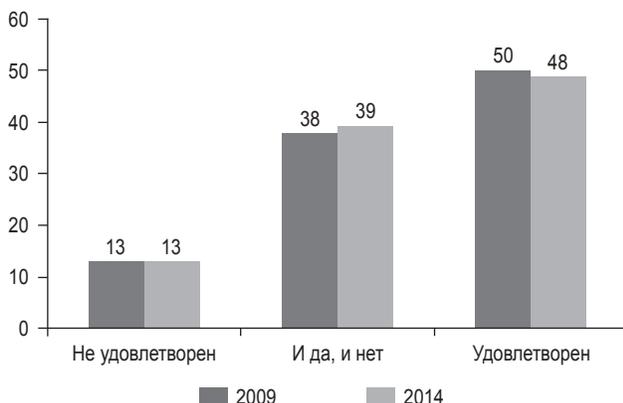


Рис. 5.50. Удовлетворенность своей работой в целом, %, 2009, 2014 гг.

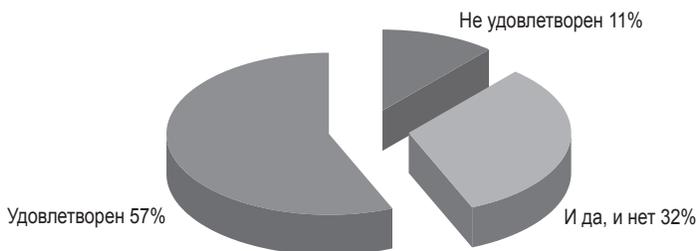


Рис. 5.51. Удовлетворенность своей жизнью в целом, %, 2014 г.*

* Сопоставление данных за 2011 и 2014 гг. невозможно, так как в 2014 г. данный вопрос был измерен по 9-балльной шкале, а в 2011 г. — по 5-балльной. В связи с этим приводятся данные только за 2014 г.

ности (от 36 до 39%), так и с низкой (от 18 до 20%). Таким образом, происходит поляризация точек зрения, но в целом говорить о кардинальных изменениях в этой области не приходится: изменения оценок составляют всего 2–3 п.п.

Анализ факторов удовлетворенности балансом между работой и жизнью осуществлен нами ранее [Davis, Shevchuk, Strebkov 2014]. Стоит отметить, что согласно результатам исследований, проведенных в западных странах с развитой экономикой, пробле-

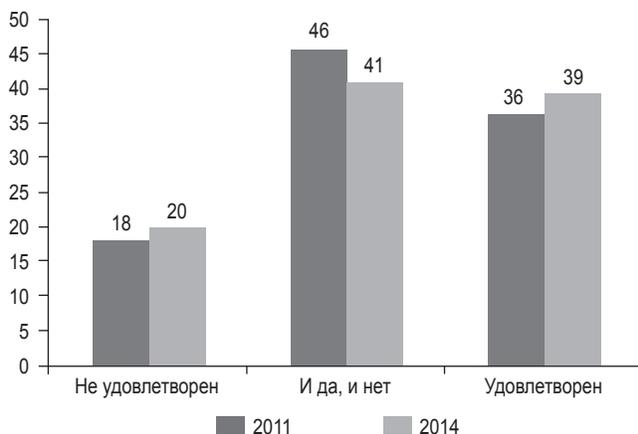


Рис. 5.52. Удовлетворенность балансом между работой и жизнью, %, 2011, 2014 гг.

ма нахождения баланса между работой и личной жизнью является одной из самых острых для независимых профессионалов [Gold, Mustafa 2013; Tench, Fawkes 2002; Süß, Sayah 2013].

В целом, как показало исследование, удовлетворенность русскоязычных фрилансеров работой и жизнью находится на достаточно высоком уровне. Примерно каждый второй из опрошенных удовлетворен различными аспектами своей жизни (48% удовлетворены своей работой в целом; 39% — соотношением времени, затрачиваемого на работу, и времени, которое посвящается другим сторонам жизни; 56% удовлетворены своей жизнью в целом). Доля же неудовлетворенных работой и жизнью значительно меньше (13, 20 и 11% соответственно) (рис. 5.53).

5.8. Уровень благосостояния и социальное самочувствие



Рис. 5.53. Удовлетворенность разными аспектами жизни, %, 2014 г.

5.8.6. Благосостояние и удовлетворенность по типам занятости

Рассмотрим различия в уровне благосостояния фрилансеров в комплексе с удовлетворенностью различными аспектами жизни в зависимости от типа занятости. Наибольший средний совокупный доход наблюдается в группе «предприниматели» (59,2 тыс. руб. в среднем), следом за ними идут «совместители» (41,4 тыс. руб. в среднем). Наименьший средний доход в большей степени характерен для «студентов» (19,8 тыс. руб.) и «домохозяек» (22,5 тыс. руб.) (табл. 5.16)⁷. Интересно, что «предприниматели» удовлетворены различными аспектами своей жизни в большей степени, чем остальные группы: их средний балл удовлетворенности рабо-

⁷ Анализ благосостояния и удовлетворенности в зависимости от трудовых траекторий, включающих не только текущий, но и планируемый в будущем тип занятости, проделан нами в другой работе [Стребков, Шевчук 2015б].

Таблица 5.16. Благополучие и удовлетворенность фрилансеров в зависимости от типа занятости, %, 2014 г.

Характеристика	Тип занятости					Итого
	«Чистые» фрилансеры	Предприниматели	Совместители	Студенты	Домохозяйки	
Средний совокупный доход индивида, тыс. руб. в месяц	35,5	59,2	41,4	19,8	22,5	37,8
Стресс от работы (средний балл из 5)	2,49	2,51	2,64	2,45	2,36	2,54
Удовлетворенность работой (средний балл из 9)	6,08	6,42	5,68	5,41	5,78	5,87
Удовлетворенность жизнью в целом (средний балл из 9)	6,06	6,43	5,99	6,13	6,40	6,09
Удовлетворенность балансом между работой и личной жизнью (средний балл из 9)	5,77	5,80	4,90	5,79	5,62	5,42

той составляет 6,42, удовлетворенности жизнью в целом — 6,43, а удовлетворенности балансом между работой и личной жизнью — 5,80⁸. Для «домохозяек» характерна довольно высокая удовлетворенность жизнью в целом (6,40 балла), тогда как для «студентов» и «чистых» фрилансеров — балансом между работой и личной жизнью (5,79 и 5,77 балла соответственно). При этом самым высоким средним баллом показателя наличия стресса от работы характеризуется группа «совместители» (2,64 при среднем значении по выборке 2,54), а самым низким — «домохозяйки» (2,36) и «студенты» (2,45)⁹.

⁸ Удовлетворенность различными аспектами жизни измерялась по 9-балльной шкале: 1 — самая низкая, 9 — максимально высокая.

⁹ Уровень стресса измерялся по 5-балльной шкале: 1 — самый низкий, 5 — максимально высокий.

Основные выводы. Средний уровень дохода фрилансера растет. В 2008 и 2010 гг. он составлял чуть более 30 тыс. руб. в месяц, но за последние 3 года заметно вырос (на 20%, до 38 тыс. руб. в месяц) и по-прежнему выше среднероссийских показателей. Вместе с этим чуть менее чем для половины опрошенных актуальной проблемой является колебание доходов от месяца к месяцу в 1,5–2 раза, что обуславливает ситуацию финансовой неопределенности и нестабильности. Но, несмотря на такие значительные колебания, большинство независимых профессионалов ведут лишь примерное планирование личных доходов и расходов. В отличие от западных коллег, русскоязычные фрилансеры в целом не очень сильно подвержены стрессу: более половины опрошенных весьма редко ощущают эмоциональное истощение и сильную усталость от работы. При этом около половины всех фрилансеров удовлетворены своей работой, и лишь 13% заявили о своей неудовлетворенности. Большинство русскоязычных фрилансеров удовлетворены и своей жизнью в целом, но при этом лишь около 40% из них высказали удовлетворенность соотношением времени, которое тратится ими на работу, и времени, посвященного другим сторонам жизни.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Электронная самозанятость независимых профессионалов (фрилансеров) представляет собой новую модель труда, знаменующая сдвиг от традиционной фигуры самостоятельного работника, встроенного в локальный рынок, к фигуре глобального работника, предоставляющего услуги через Интернет поверх территориальных и национальных границ. Таким образом, электронная самозанятость есть проявление постиндустриализации и глобализации хозяйственной жизни. Изучение электронной самозанятости, а также специализированных рынков удаленной работы, сосредоточивающих в себе значительный человеческий капитал и инновационные социально-экономические практики, имеет важное значение в контексте модернизации экономики России. В настоящее время количественный онлайн-опрос «Перепись фрилансеров», в каждом из трех раундов которого приняло участие более 10 тыс. человек, является самым масштабным из известных исследований подобного рода не только в России, но и во всем мире. Это также единственное исследование фрилансеров и рынков удаленной работы, имеющее мониторинговый характер.

Наше исследование показало, что Россия стала центром самостоятельного рынка удаленной работы, функционирующего на основе исторической, культурной и языковой общности. Это еще раз демонстрирует сложность и многоуровневый характер процесса глобализации социально-экономических отношений, в ходе которого складывается сложная система локальных, региональных и глобальных рынков. Русскоязычный рынок удаленной работы также является хорошим примером экономической «интеграции снизу» (между хозяйствующими субъектами) на фоне серьезных политических противоречий между странами. Обратим еще раз внимание на выявленную нами тенденцию к постепенному увеличению на русскоязычном рынке удаленной работы доли фрилан-

серов, проживающих за пределами России (прежде всего в ближнем зарубежье, в бывших советских республиках). Эти люди являются своего рода «электронными мигрантами», которые благодаря высокому уровню человеческого капитала могут внести важный вклад в развитие экономики России.

Электронная самозанятость является инновационной социально-трудовой практикой. Она связана с передовыми технологиями, креативными индустриями и особым стилем жизни «свободного агента». Электронная самозанятость стоит особняком в общем ряду нестандартных форм занятости, которые в российской экономике в большинстве своем относятся к вторичному рынку труда с низкой заработной платой и примитивными технологиями (т.е. «плохим» рабочим местам). Фрилансеры обладают высоким уровнем человеческого капитала (часто в технологически передовых областях), имеют относительно высокие доходы, демонстрируют позитивную трудовую мотивацию, предприимчивость, а также высокий уровень удовлетворенности работой и жизнью.

Русскоязычный рынок удаленной работы активно развивается. Наши расчеты позволяют утверждать, что не менее 1 млн человек (преимущественно в России, но также и в других постсоветских странах) получили опыт самостоятельной работы в Интернете. Подобный профессиональный и жизненный опыт, включающий освоение навыков самоорганизации и ответственности за свою судьбу, несомненно, пригодится работникам в дальнейшем независимо от того, какой карьерный путь они изберут. Следует обратить особое внимание на то, что электронная самозанятость может выступать в качестве «кузницы предпринимательских кадров». Согласно нашим данным, каждый десятый действующий фрилансер уже основал собственный бизнес, а более 40% заявляют о планах сделать это в ближайшие 5 лет. Независимо от практической реализации этих планов можно говорить о высоком уровне предпринимательского потенциала. Причем речь идет о новых бизнесах в сферах информационно-коммуникационных технологий, креативных индустрий и деловых услуг, являющихся драйверами постиндустриальной экономики.

Тем не менее для электронной самозанятости характерны многие негативные процессы, связанные с высокой продолжительностью рабочего времени, социальной изоляцией, гендерными перекосами в доходах, а также низким уровнем социальной защищенности. На сегодня русскоязычный рынок удаленной работы практически полностью ускользает из правового поля и находится в тени. На протяжении всего рассматриваемого периода доля фрилансеров, заключающих официальные договоры с заказчиками, устойчиво держится на низкой отметке 12%. Это объясняется как скромными масштабами деятельности большинства фрилансеров, не вызывающими настоятельной потребности в ее легализации, так и высокой технологичностью самих рынков, многие аспекты которых в настоящее время не регулируются законодательно. Принятые в апреле 2013 г. дополнения в Трудовой кодекс в части «особенностей регулирования труда дистанционных работников» затрагивают интересы работников, являющихся штатными сотрудниками компаний, но работающих удаленно на дому. При этом, как показывает наше исследование, фрилансеры сильно страдают от оппортунизма своих контрагентов. Агентом легализации на рынке в первую очередь выступают биржи удаленной работы. Именно они активно внедряют механизмы верификации информации, исполнения обязательств, разрешения споров и т.п. Тем не менее вывод русскоязычного рынка удаленной работы из тени представляется сложным и противоречивым процессом, затрагивающим интересы многих сторон, и прежде всего самих работников.

Результаты данного исследования могут быть полезны участникам русскоязычного рынка удаленной работы — фрилансерам и организациям-заказчикам, а также биржам удаленной работы, развивающим рыночную инфраструктуру. Областью применения полученных в ходе данной научно-исследовательской работы результатов могут стать различные направления социальной и экономической политики, в том числе включающие меры по обеспечению занятости населения, поддержки малого предпринимательства и микропредпринимательства. Результаты мониторинга имеют большое значение для совершенствования законодатель-

ной базы в области труда дистанционных работников, а также электронной коммерции.

Дальнейшие исследовательские перспективы связаны с более глубоким анализом уникальных количественных данных, полученных в рамках Переписи фрилансеров. Так, использование регрессионного анализа позволяет выявить взаимосвязи различных переменных [Стребков, Шевчук 2015а; Davis, Shevchuk, Strebkov 2014; Shevchuk, Strebkov 2012а; Shevchuk, Strebkov, Davis 2015]. Мы также видим значительный потенциал в использовании качественной методологии в комбинации с количественным инструментарием для развития и углубления полученных в ходе мониторинга рынка удаленной работы выводов.

ЛИТЕРАТУРА

- Антропов С. Я* — фрилансер, или Как навсегда уйти из офиса. М.: Эксмо, 2007. (Экспресс-курс для самостоятельных людей).
- Бубнов И.Б.* Соло на бизнесе. Философия заядлого фрилансера. М.: Гаятри, 2008. (НоУХау).
- Бурлуцкая М.Г., Харченко В.С.* Фрилансеры: специфика социального статуса, стратегии карьеры и профессионального развития // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. Т. 16. № 1. С. 111–123.
- Бусыгин А.В.* Предпринимательство. М.: Дело, 1999.
- Вишневецкая Н.Т.* Самозанятость в переходных экономиках // Мировая экономика и международные отношения. 2013. № 10. С. 58–67.
- Вязникова В.В., Стребков Д.О.* Финансовое поведение российских фрилансеров: возможности и ограничения // Социологический журнал. 2009. № 4. С. 41–64. URL: <<http://www.isras.ru/Sociologicalmagazine.04.2009.html>>.
- Давидссон П.* Исследуя предпринимательство / пер. с англ. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. (Переводные учебники ВШЭ).
- Заславская Т.И.* Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С. 17–32.
- Зелински Э.* Успех без офисного рабства. Настольная книга фрилансера / пер. с англ. М.: Гаятри, 2007. (НоУХау).
- Кастельс М.* Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. Екатеринбург: У-Фактория, 2014. (Академический бестселлер).
- Магун В.С.* Динамика трудовых ценностей российского населения (1991–2007) // Социально-трудовые отношения: проблемы и перспективы: материалы Первого германо-российского форума «Формирование социальной политики», Москва, 7–18 ноября 2008 г. М.: [б.и.], 2009. С. 88–101.

- Маркин М.Е., Назарбаева Е.А.* Как самозанятые ищут своих заказчиков, а компании подбирают себе фрилансеров: эмпирический анализ рынка удаленной работы в современной России // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2014. № 1–2. С. 96–105.
- Мурадова А.* Фриланс. Когда сам себе начальник. М.: Альпина Паблишер, 2007. (Эко).
- Никуткина К.М., Привалова А.О.* Западные количественные исследования фрилансеров: профессиональный обзор // Экономическая социология. 2009. Т. 10. № 1. С. 127–143. URL: <<http://www.ecsoc.msses.ru/issues/2009-10-1/index.html>>.
- Ослон А.А.* Интернет в России / Россия в Интернете // ФОМ: [сайт]. 2001. 28 февр. URL: <http://bd.fom.ru/report/map/projects/internet/22_14938/os010318>.
- Перфильев Ю.Ю.* Российское интернет-пространство: развитие и структура. М.: Гардарики, 2003.
- Пинк Д.* Нация свободных агентов / пер. с англ. М.: Секрет фирмы, 2005. (Радикальный вызов бизнесу).
- Радаев В.В.* Что такое рынок: экономико-социологический подход // Общественные науки и современность. 2007. № 3. С. 115–127.
- Радаев В.В.* Экономическая социология. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. (Учебники Высшей школы экономики).
- Стребков Д.О.* Инновационный потенциал агентов новой экономики // Форсайт. 2010а. Т. 4. № 2. С. 26–33. URL: <<http://foresight-journal.hse.ru/2010-4-2/26547055.html>>.
- Стребков Д.О.* Познавательные возможности онлайн-опросов в российской исследовательской практике (на примере опроса интернет-фрилансеров) // Социология 4М. 2010б. № 31. С. 135–161. URL: <http://www.isras.ru/4m_31.html>.
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Влияние человеческого капитала на доходы и удовлетворенность самозанятых профессионалов в России // XV Апрельская Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4 кн. / отв. ред. Е.Г. Ясин. Кн. 4. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2015а. С. 106–117.
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Оппортунизм и доверие на рынках удаленной работы // Рынки удаленной работы: социальные сети

- и институты / под ред. В.В. Радаева. М.: Изд. дом ВШЭ, 2012а. С. 76–94. (Аналитика ЛЭСИ. Вып. 10).
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Поиск работы: электронные биржи и социальные связи // Рынки удаленной работы: социальные сети и институты / под ред. В.В. Радаева. М.: Изд. дом ВШЭ, 2012б. С. 35–53. (Аналитика ЛЭСИ. Вып. 10).
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Рынки удаленной работы как объект исследования // Рынки удаленной работы: социальные сети и институты / под ред. В.В. Радаева. М.: Изд. дом ВШЭ, 2012в. С. 7–34. (Аналитика ЛЭСИ. Вып. 10).
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Трудовые траектории самозанятых профессионалов (фрилансеров) // Мир России. 2015б. Т. 24. № 1. С. 72–100.
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров): препринт WP4/2009/03. М.: ГУ ВШЭ, 2009а. URL: <https://www.hse.ru/data/2010/05/05/1216427048/WP4_2009_03-%20испр.pdf>.
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Фрилансеры в информационной экономике: мотивация и организация труда // Социальная реальность. 2008. № 1. С. 23–39. URL: <<http://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-313.pdf>>.
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Фрилансеры на российском рынке труда // Социологические исследования. 2010. № 2. С. 45–55.
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Фрилансеры на электронных рынках: роль социальных связей // Экономическая социология. 2009б. Т. 10. № 5. С. 11–32. URL: <<http://ecsoc.hse.ru/issues/2009-10-5/index.html>>.
- Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Электронная самозанятость в России // Вопросы экономики. 2011. № 10. С. 91–112.
- Харченко В.С.* Образ жизни российских фрилансеров: социологический анализ // Социологические исследования. 2014. № 4. С. 54–63.
- Харченко В.С.* Совмещение работы и учебы в вузе: новые практики или новые смыслы // Вопросы образования. 2013. № 3. С. 92–104.

- Хэнди Ч. Время безрассудства. Искусство управления в организации будущего / пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. (Теория и практика менеджмента).
- Ченуренко А.Ю. Социология предпринимательства. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. (Учебники Высшей школы экономики).
- Шевчук А.В. Границы автономии: феномен «зависимой» самозанятости // Социологический журнал. 2010а. № 3. С. 35–51.
- Шевчук А.В. Самозанятость в информационной экономике: основные типы и понятия // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 1. С. 51–64. URL: <<http://ecsoc.hse.ru/issues/2008-9-1/index.html>>.
- Шевчук А.В. Электронная самозанятость: «ремесленники» и «надомники» информационной эпохи // Свободная мысль — XXI. 2010б. № 6 (1613). С. 107–120.
- Abolafia M.Y.* Making Markets: Opportunism and Restraint on Wall Street. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.
- Agrawal A., Horton J., Lacetera N., Lyons E.* Digitization and the Contract Labor Market: A Research Agenda: NBER Working Paper no. 19525. 2013. Retrieved March 29, 2014. URL: <<http://www.nber.org/papers/w19525>>.
- Aguinis H., Lawal S.O.* Conducting Field Experiments Using eLancing's Natural Environment // Journal of Business Venturing. 2012. Vol. 27. Iss. 4. P. 493–505.
- Aguinis H., Lawal S.O.* eLancing: A Review and Research Agenda for Bridging the Science-Practice Gap // Human Resource Management Review. 2013. Vol. 23. Iss. 1. P. 6–17.
- Alt R., Klein S.* Twenty Years of Electronic Markets Research — Looking Backwards towards the Future // Electronic Markets. 2011. Vol. 21. Iss. 1. P. 41–51.
- Amadora-Nolasco F., Alburo R., Aguilar E., Trevathan W.* Knowledge, Perception of Risk for HIV, and Condom Use: A Comparison of Registered and Freelance Female Sex Workers in Cebu City, Philippines // AIDS and Behavior. 2001. Vol. 5. No. 4. P. 319–330.
- Amorós J.E., Bosma N.* Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report. 2014. URL: <<http://www.gemconsortium.org/docs/3106/gem-2013-global-report>>.

- Antcliff V., Saundry R., Stuart M.* Networks and Social Capital in the UK Television Industry: The Weakness of Weak Ties // *Human Relations*. 2007. Vol. 60. No. 2. P. 371–393.
- Apitzsch B.* How Personal Relations Work: Individual Market Adaptation and Collective Action in Flexible Labour Markets // *Industrielle Beziehungen*. 2013. Bd. 20. Nr. 2. S. 116–141.
- Apitzsch B.* Informal Networks and Risk Coping Strategies in Temporary Organizations: The Case of Media Production in Germany // *Forum: Qualitative Social Research*. 2010. Vol. 11. No. 1. P. 1–22.
- Ashford S.J., George E., Blatt R.* Old Assumptions, New Work. The Opportunities and Challenges of Research on Nonstandard Employment // *The Academy of Management Annals*. 2007. Vol. 1. No. 1. P. 65–117.
- Baines S.* New Technologies and Old Ways of Working in the Home of the Self-Employed Teleworker // *New Technology, Work and Employment*. 2002. Vol. 17. No. 2. P. 89–101.
- Baines S.* Servicing the Media: Freelancing, Teleworking and “Enterprising” Careers // *Ibid*. 1999. Vol. 14. No. 1. P. 18–31.
- Baines S., Robson L.* Being Self-Employed or Being Enterprising? The Case of Creative Work for the Media Industries // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2001. Vol. 8. No. 4. P. 349–362.
- Baker R., Brick J.M., Bates N.A. et al.* Report of the AAPOR Task Force on Non-Probability Sampling / American Association for Public Opinion Research. June 2013. URL: <http://www.aapor.org/AAPORKentico/AAPOR_Main/media/MainSiteFiles/NPS_TF_Report_Final_7_revised_FNL_6_22_13.pdf>.
- Banker R.D., Hwang I.* Importance of Measures of Past Performance: Empirical Evidence on Quality of E-Service Providers // *Contemporary Accounting Research*. 2008. Vol. 25. No. 2. P. 307–337.
- Barbieri P.* Social Capital and Self-Employment: A Network Analysis Experiment and Several Considerations // *International Sociology*. 2003. Vol. 18. No. 4. P. 681–701.
- Barley S.R., Kunda G.* Contracting: A New Form of Professional Practice // *The Academy of Management Perspectives*. 2006. Vol. 20. No. 1. P. 45–66.
- Barley S.R., Kunda G.* Gurus, Hired Guns, and Warm Bodies: Itinerant Experts in a Knowledge Economy. Princeton University Press, 2004.

- Benson J., Brown M.* Knowledge Workers: What Keeps Them Committed; What Turns Them away? // *Work, Employment & Society*. 2007. Vol. 21. No. 1. P. 121–141.
- Bibby A.* Opening the Doors Wide to the Self-Employed. How Trade Unions Are Recruiting and Organizing Self-Employed Workers as Members: report prepared for the Freelance Network Conference, Luxembourg, October, 2005. Nyon: UNI-IBITS, 2006. URL: <<http://www.andrewbibby.com/pdf/selfemployed%20report.pdf>>.
- Bidwell M.J.* Do Peripheral Workers Do Peripheral Work? Comparing the Use of Highly Skilled Contractors and Regular Employees // *Industrial and Labor Relations Review*. 2009. Vol. 62. No. 2. P. 200–225.
- Bidwell M.J., Briscoe F.* Who Contracts? Determinants of the Decision to Work as an Independent Contractor among Information Technology Workers // *Academy of Management Journal*. 2009. Vol. 52. No. 6. P. 1148–1168.
- Biggart N.W.* Charismatic Capitalism: Direct Selling Organizations in America. University of Chicago Press, 1989.
- Blair H.* Winning and Losing in Flexible Labour Markets: The Formation and Operation of Networks of Interdependence in the UK Film Industry // *Sociology*. 2003. Vol. 37. No. 4. P. 677–694.
- Bögenhold D., Heinonen J., Akola E.* Entrepreneurship and Independent Professionals: Social and Economic Logics // *International Advances in Economic Research*. 2014. Vol. 20. Iss. 3. P. 295–310.
- Briscoe F., Wardell M., Sawyer S.* Membership Has Its Privileges? Contracting and Access to Jobs that Accommodate Work-Life Needs // *Industrial and Labor Relations Review*. 2011. Vol. 64. Iss. 2. P. 258–282.
- Caraway B.* Online Labour Markets: An Inquiry into oDesk Providers // *Work Organisation, Labour and Globalisation*. 2010. Vol. 4. No. 2. P. 111–125.
- Chepurenko A.* Informal Entrepreneurship under Transition: Causes and Specific Features // *Soziologie des Wirtschaftlichen* / D. Bögenhold (Hrsg.). Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2014. P. 361–382.
- Chepurenko A.* Small Entrepreneurship and Entrepreneurial Activity of Population in Russia in the Context of the Economic Transformation // *Historical Social Research*. 2010. Vol. 35. No. 2. P. 301–319.

- Cohen L., Mallon M.* The Transition from Organizational Employment to Portfolio Working: Perceptions of “Boundarylessness” // *Work, Employment & Society*. 1999. Vol. 13. No. 2. P. 329–352.
- Connelly C.E., Gallagher D.G.* Independent and Dependent Contracting: Meaning and Implications // *Human Resource Management Review*. 2006. Vol. 16. No. 2. P. 95–106.
- Davidov G., Langille B.* *The Idea of Labour Law*. Oxford University Press, 2011.
- Davis S.N., Shevchuk A., Strebkov D.* Pathways to Satisfaction with Work-Life Balance: The Case of Russian-Language Internet Freelancers // *Journal of Family and Economic Issues*. 2014. Vol. 35. No. 4. P. 542–556.
- Dekker F.* Self-Employed without Employees: Managing Risks in Modern Capitalism // *Politics & Policy*. 2010. Vol. 38. Iss. 4. P. 765–788.
- Dex S., Willis J., Paterson R., Sheppard E.* Freelance Workers and Contract Uncertainty: The Effects of Contractual Changes in the Television Industry // *Work, Employment and Society*. 2000. Vol. 14. No. 2. P. 283–305.
- Donnelly R.* Career Behavior in the Knowledge Economy: Experiences and Perceptions of Career Mobility among Management and IT Consultants in the UK and the USA // *Journal of Vocational Behavior*. 2009. Vol. 75. No. 3. P. 319–328.
- Donnelly R.* How “Free” is the Free Worker?: An Investigation into the Working Arrangements Available to Knowledge Workers // *Personnel Review*. 2006. Vol. 35. No. 1. P. 78–97.
- Evans J.A., Kunda G., Barley S.R.* Beach Time, Bridge Time, and Billable Hours: The Temporal Structure of Technical Contracting // *Administrative Science Quarterly*. 2004. Vol. 49. Iss. 1. P. 1–38.
- Fishman S.* *Consultant & Independent Contractor Agreements*. Berkeley, CA: NOLO, 2011.
- Fragoso J.L., Kleiner B.H.* How to Distinguish between Independent Contractors and Employees // *Management Research News*. 2005. Vol. 28. No. 2/3. P. 136–149.
- Fraser J., Gold M.* “Portfolio Workers”: Autonomy and Control amongst Freelance Translators // *Work Employment and Society*. 2001. Vol. 15. No. 4. P. 679–697.

- Fröhlich R., Koch T., Obermaier M.* What's the Harm in Moonlighting? A Qualitative Survey on the Role Conflicts of Freelance Journalists with Secondary Employment in the Field of PR // *Media, Culture & Society*. 2013. Vol. 35. No. 7. P. 809–829.
- Gandidi A.* The Reputation Economy. Creative Labour and Freelance Networks: doctoral thesis / Università degli Studi di Milano. Retrieved August 13, 2014. URL: <<http://air.unimi.it/handle/2434/230963>>.
- Gefen D., Carmel E.* Is the World Really Flat? A Look at Offshoring in an Online Programming Marketplace // *MIS Quarterly*. 2008. Vol. 32. Iss. 2. P. 367–384.
- Ghani E., Kerr W.R., Stanton C.* Diasporas and Outsourcing: Evidence from oDesk and India // *Management Science*. 2014. Vol. 60. No. 7. P. 1677–1697.
- Gill R.* Cool, Creative and Egalitarian? Exploring Gender in Project-Based New Media Work in Euro // *Information, Communication & Society*. 2002. Vol. 5. No. 1. P. 70–89.
- Gold M., Mustafa M.* “Work Always Wins”: Client Colonisation, Time Management and the Anxieties of Connected Freelancers // *New Technology, Work and Employment*. 2013. Vol. 28. Iss. 3. P. 197–211.
- Grey S., Healy G.* Women and IT Contracting Work — a Testing Process // *New Technology Work and Employment*. 2004. Vol. 19. No. 1. P. 30–42.
- Grimley K.D.* Revenge of the Temps: Independent Contractors' Victory in Microsoft Case May Have Wide Impact // *Washington Post*. 2000. 16 January.
- Hackwith A.* *Freelance Confidential*. Rockable Press, 2011.
- Handy C.* *The Future of Work*. Oxford: Basil Blackwell, 1984.
- Hong Y., Pavlou P.A.* Are Global Online Labor Markets Truly “Flat”? Global Frictions and Global Labor Arbitrage. Rochester, NY: Social Science Research Network, 2012. Retrieved September 14, 2014. URL: <<http://papers.ssrn.com/abstract=2371748>>.
- Horton J.* Online Labor Markets // *Internet and Network Economics* / A. Saberi (ed.). Vol. 6484. Berlin; Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2010. P. 515–522.
- Kalleberg A.L.* Nonstandard Employment Relations: Part-Time, Temporary, and Contract Work // *Annual Review of Sociology*. 2000. Vol. 26. P. 341–365.

- Kelly K.* New Rules for the New Economy: 10 Radical Strategies for a Connected World. N.Y.: Penguin, 1999.
- Kim J.Y., Wulf E.* Move to Depth: Buyer-Provider Interactions in Online Service Marketplaces // e-Service Journal. 2010. Vol. 7. No. 1. P. 2–14.
- Kitching J., Smallbone D.* Are Freelancers a Neglected Form of Small Business? // Journal of Small Business and Enterprise Development. 2012. Vol. 19. No. 1. P. 74–91.
- Kondrasuk J.N., Reed L.J., Jurinski J.J.* The Dangers of Misclassifying “Employees”: Microsoft Litigation Emphasizes Distinctions between Employees and Nontraditional Workers // Employee Responsibilities and Right Journal. 2001. Vol. 13. Iss. 4. P. 165–173.
- Kunda G., Barley S., Evans J.* Why Do Contractors Contract? The Experience of Highly Skilled Technical Professionals in a Contingent Labor Market // Industrial and Labor Relations Review. 2002. Vol. 55. No. 2. P. 234–261.
- Lee D.* Networks, Cultural Capital and Creative Labour in the British Independent Television Industry // Media, Culture & Society. 2011. Vol. 33. No. 4. P. 549–565.
- Leung M.D.* Dilettante or Renaissance Person? How the Order of Job Experiences Affects Hiring in an External Labor Market // American Sociological Review. 2014. Vol. 79. No. 1. P. 136–158.
- Lin M., Goes P.* Does Information Really “Unravel”? Understanding Factors that Motivate Sellers to Seek Third-Party Certifications in an Online Labor Market: University of Arizona working paper. 2012. URL: <http://www.krannert.purdue.edu/faculty/kkarthik/wise12/papers/wise12_submission_6.pdf>.
- Mallon M., Walton S.* Career and Learning: The Ins and the Outs of It // Personnel Review. 2005. Vol. 34. No. 4. P. 468–487.
- Malone T.W., Laubacher R.J.* The Dawn of the E-lance Economy // Harvard Business Review. 1998. Vol. 76. No. 5. P. 144–152.
- Malone T.W., Yates J., Benjamin R.I.* Electronic Markets and Electronic Hierarchies // Communications of the ACM. 1987. Vol. 30. No. 6. P. 484–497.
- McKeown T., Hanley G.* Challenges and Changes in the Contractor Workforce // Asia Pacific Journal of Human Resources. 2009. Vol. 47. Iss. 3. P. 295–317.

- Mould O., Vorley T., Liu K.* Invisible Creativity? Highlighting the Hidden Impact of Freelancing in London's Creative Industries // *European Planning Studies*. 2014. Vol. 22. Iss. 12. P. 2436–2455.
- Mühlberger U.* Dependent Self-Employment: Workers on the Border between Employment and Self-Employment. Basingstoke; N.Y.: Palgrave Macmillan, 2007a.
- Mühlberger U.* Hierarchical Forms of Outsourcing and the Creation of Dependency // *Organization Studies*. 2007b. Vol. 28. No. 5. P. 709–727.
- Nilles J.* Managing Telework: Strategies for Managing the Virtual Workforce. N.Y.: John Wiley & Sons, 1998.
- O'Mahony S., Bechky B.A.* Stretchwork: Managing the Career Progression Paradox in External Labor Markets // *The Academy of Management Journal*. 2006. Vol. 49. No. 5. P. 918–941.
- Osnowitz D.* Freelancing Expertise: Contract Professionals in the New Economy. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2010.
- Osnowitz D.* Managing Time in Domestic Space Home-Based Contractors and Household Work // *Gender & Society*. 2005. Vol. 19. No. 1. P. 83–103.
- Öğüt H.* Factors Affecting Professionals' Selection in High and Low-Value Online Service Procurements // *The Service Industries Journal*. 2011. Vol. 33. No. 1. P. 133–149.
- Pedersini R.* “Economically Dependent Workers”, Employment Law and Industrial Relations // Eurofound. European Observatory of Working Life. Published on June 13, 2002. URL: <<http://www.eurofound.europa.eu/eiro/2002/05/study/tn0205101s.htm>>.
- Platman K.* “Portfolio Careers” and the Search for Flexibility in Later Life // *Work, Employment & Society*. 2004. Vol. 18. No. 3. P. 573–599.
- Radkevitch U.V., Van Heck E., Koppius O.* Choosing between Auctions and Negotiations in Online B2B Markets for IT Services: The Effect of Prior Relationships and Performance // SSRN eLibrary. 2008. Retrieved September 10, 2012. URL: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1096785>.
- Rodgers III W.M., Horowitz S., Wuolo G.* The Impact of Client Nonpayment on the Income of Contingent Workers: Evidence from the Freelancers

- Union Independent Worker Survey // Industrial and Labor Relations Review. 2014. Vol. 67. No. 3 (Supplement).
- Ruiz Y., Walling A. Home-Based Working Using Communication Technologies // Labour Market Trends. 2005. Vol. 113. No. 10. P. 417–426.
- Saundry R., Stuart M., Antcliff V. Broadcasting Discontent? Freelancers, Trade Unions and the Internet // New Technology, Work and Employment. 2007. Vol. 22. Iss. 2. P. 178–191.
- Sayah S. Managing Work-Life Boundaries with Information and Communication Technologies: The Case of Independent Contractors: Managing Work-Life Boundaries with ICTs // Ibid. 2013. Vol. 28. No. 3. P. 179–196.
- Schmid B.F. Electronic Markets // Electronic Markets. 1993. No. 9–10. P. 3–4.
- Seles P., Murpy S. San Francisco's Freelancing Ecstasy Dealers: Towards a Sociological Understanding of Drug Markets // Journal of Drug Issues. 2007. Vol. 37. No. 4. P. 919–950.
- Shevchuk A., Strebkov D. Freelance Contracting in the Digital Age: Informality, Virtuality and Social Ties: WP BRP No. 12/SOC/2012. Moscow: National Research University Higher School of Economics, 2012a. URL: <<http://papers.ssrn.com/abstract=2172702>>.
- Shevchuk A., Strebkov D. Freelancers in Russia: Remote Work Patterns and E-Markets // Economic Sociology — The European Electronic Newsletter. 2012b. Vol. 13. No. 2. P. 37–45. URL: <http://econsoc.mpifg.de/archive/econ_soc_13-2.pdf#page=37>.
- Shevchuk A., Strebkov D., Davis S.N. Educational Mismatch, Gender, and Satisfaction in Self-Employment: The Case of Russian-Language Internet Freelancers // Research in Social Stratification and Mobility. 2015. Vol. 40. P. 16–28.
- Snir E.M., Hitt L.M. Costly Bidding in Online Markets for IT Services // Management Science. 2003. Vol. 49. Iss. 11. P. 1504–1520.
- Standing S., Standing C., Love P. A Review of Research on E-Marketplaces 1997–2008 // Decision Support Systems. 2010. Vol. 49. No. 1. P. 41–51.
- Stone K.V.W. From Widgets to Digits: Employment Regulation for the Changing Workplace. Cambridge University Press, 2004.

- Storey J., Salaman G., Platman K.* Living with Enterprise in an Enterprise Economy: Freelance and Contract Workers in the Media // *Human Relations*. 2005. Vol. 58. No. 8. P. 1033–1054.
- Süß S., Becker J.* Competences as the Foundation of Employability: A Qualitative Study of German Freelancers // *Personnel Review*. 2013. Vol. 42. No. 2. P. 223–240.
- Süß S., Sayah S.* Balance between Work and Life: A Qualitative Study of German Contract Workers // *European Management Journal*. 2013. Vol. 31. Iss. 3. P. 250–262.
- Tench R., Fawkes J., Palihawadana D.* Freelancing: Issues and Trends for Public Relations Practice // *Journal of Communication Management*. 2002. Vol. 6. No. 4. P. 311–322.
- Theodore N., Valenzuela A., Meléndez E.* La Esquina (the Corner): Day Laborers on the Margins of New York’s Formal Economy // *Working USA*. 2006. Vol. 9. No. 4. P. 407–423.
- Thomas C.* The Economics of Online Recruitment // *The New Palgrave Dictionary of Economics* / S.N. Durlauf, L.E. Blume (eds). Online edition. 2012.
- Tremblay D.-G., Genin É.* Permeability between Work and Non-Work: The Case of Self-Employed IT Workers // *Canadian Journal of Communication*. 2008. Vol. 33. No. 4. URL: <<http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/viewArticle/1994>>.
- Valenzuela A., Theodore N., Meléndez E., Gonzalez A.L.* On the Corner: Day Labor in the United States. Los Angeles: Center for the Study of Urban Poverty, University of California, 2006.
- Van den Born A., Van Witteloostuijn A.* Drivers of Freelance Career Success // *Journal of Organizational Behavior*. 2013. Vol. 34. No. 1. P. 24–46.
- Van Selm M., Jankowski N.W.* Conducting Online Surveys // *Quality & Quantity*. 2006. Vol. 40. Iss. 3. P. 435–456.
- Wigand R.* 20 Years of Research in Electronic Markets and Networked Business: An Interview with Thomas Malone // *Electronic Markets*. 2011. Vol. 21. No. 1. P. 5–17.
- Wilks L., Billsberry J.* Should We Do away with Teleworking? An Examination of whether Teleworking Can Be Defined in the New World of

Work // *New Technology, Work and Employment*. 2007. Vol. 22. No. 2. P. 168–177.

Wright K.B. Researching Internet-Based Populations: Advantages and Disadvantages of Online Survey Research, Online Questionnaire Authoring Software Packages, and Web Survey Services // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2006. Vol. 10. No. 3.

Yoganarasimhan H. The Value of Reputation in an Online Freelance Marketplace // *Marketing Science*. 2013. Vol. 32. No. 6. P. 860–891.

ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Анкета мониторингового исследования «Перепись фрилансеров — 2014»

Благодарим вас за проявленный интерес к нашему исследованию.

«Перепись фрилансеров» — уникальный мониторинг русскоязычного сегмента свободной занятости. Настоящий опрос — уже третий по счету (первые два прошли в 2009 и 2011 гг.).

Новые данные позволят проанализировать основные тенденции развития фриланса за последние за 5 лет в России и за рубежом.

Опрос является анонимным, все полученные сведения будут использоваться только в виде обобщенной статистики. Результаты опроса будут доступны на сайте.

Большое спасибо!

Экран 0

1. Являетесь ли Вы в настоящее время фрилансером (независимым специалистом, выполняющим работы для различных заказчиков), и если да, то является ли фриланс единственным источником Вашего личного дохода?

Один ответ

- Являюсь фрилансером, и это мой единственный источник дохода
- Являюсь фрилансером, но у меня есть и другие источники дохода
- Не являюсь фрилансером, но планирую стать им в будущем — к № 26
- Раньше работал в качестве фрилансера, а теперь уже нет — к № 26
- Другое _____

Экран 1

2. Чем Вы занимаетесь в качестве фрилансера? Какова Ваша основная специализация?

Любое число вариантов ответа

- Разработка и поддержка веб-сайтов
- Программирование
- Дизайн/графика
- Инжиниринг
- Фото
- Аудио/видео
- Тексты/копирайт
- Переводы
- Реклама / маркетинг / консалтинг / юридические услуги / финансы
- Другое _____

3. Представьте себе «лестницу профессионального мастерства», состоящую из девяти ступеней, где первая ступень — это уровень «начинающего, ученика», а девятая — это уровень «профессионала высокого класса». На какую из них Вы поместили бы себя?

Один ответ

- 9 Высшая ступень
- 8
- 7
- 6
- 5
- 4
- 3
- 2
- 1 Низшая ступень

4. В каком году Вы начали работать в качестве фрилансера?

- *Выпадающий список (обратный порядок — от 2013 до 1960 гг.)*

5. Совмещаете ли Вы работу в качестве фрилансера еще с какой-либо деятельностью?

Один ответ

- Да, совмещаю с работой в организации в качестве штатного сотрудника
- Да, у меня есть собственный бизнес и наемные работники
- Да, совмещаю с учебой в вузе
- Да, «сiju дома» со своим маленьким ребенком (до 3 лет)
- Нет, работаю только в качестве фрилансера
- Другое _____

6. Приходилось ли Вам работать в организациях в качестве штатного сотрудника (наемного работника), прежде чем Вы стали фрилансером, и если да, то как долго это продолжалось?

Один ответ

- Я не работал в качестве штатного сотрудника до того, как стал фрилансером
- Менее 3 лет
- От 3 до 5 лет
- От 6 до 10 лет
- 11 лет и больше

Экран 2

7. Если говорить о Вашем отношении к работе вообще, то какие ее стороны Вы считаете наиболее важными?

Любое число вариантов ответа

- Размер оплаты труда
- Не слишком напряженная работа
- Надежное место работы
- Работа, вызывающая уважение у людей
- Удобный график работы
- Возможность проявлять инициативу
- Большой отпуск
- Работа, на которой Вы чувствуете, что можете чего-то достичь
- Интересная, творческая работа

- Ответственная работа
- Соответствие работы Вашим способностям, склонностям
- Возможность получать новые знания, умения

8. Скажите, пожалуйста, насколько Вы удовлетворены или не удовлетворены в настоящее время своей работой в целом?

Один ответ

- 1 Совсем не удовлетворен
- 2 Сильно не удовлетворен
- 3 Скорее не удовлетворен
- 4 Немного не удовлетворен
- 5 И да, и нет
- 6 Немного удовлетворен
- 7 Скорее удовлетворен
- 8 Сильно удовлетворен
- 9 Полностью удовлетворен

9. Каким образом Вы стали фрилансером?

Любое число вариантов ответа

- Не хотел работать наемным сотрудником в организации
- Потерял работу (уволился или был уволен), не мог найти работу в штате
- Хобби переросло в работу
- Понадобился дополнительный заработок
- Хотел получить профессиональный опыт
- Родился ребенок, нужно было сидеть с ним дома
- Другое

Экран 3

10. Каким образом Вы обычно получаете новые заказы?

Любое число вариантов ответа

- Работаю с постоянными заказчиками
- По рекомендации бывших заказчиков, клиентов
- По рекомендации других фрилансеров, коллег
- По рекомендации друзей, знакомых

- Через биржи удаленной работы для фрилансеров
- Через «обычные» сайты по поиску работы (Job.ru, Nh.ru и т.п.)
- Через собственный сайт, блог или страницу в социальной сети
- Через «холодный» обзвон потенциальных клиентов, рассылку предложений по электронной почте и т.п.
- Другое _____

11. Со сколькими заказчиками Вам приходилось работать в течение 2013 г.? (Имеется в виду только оплачиваемая работа)

Выпадающий список — один ответ

- В 2013 г. ни с кем не сотрудничал (*кодируется в базе как ноль*)
- 1
- 2
- ...
- 15
- 16–20
- 21–25
- 26–30
- 31–40
- 41–50
- 51 и больше

12. Сколько примерно проектов Вы выполнили в 2013 г.?

Выпадающий список — один ответ

- В 2013 г. не было ни одного проекта (*кодируется в базе как ноль*)
- 1
- 2
- ...
- 15
- 16–20
- 21–25
- 26–30
- 31–40
- 41–50
- 51 и больше

13. В какой форме Вы, как правило, заключаете договор с Вашим заказчиком?

Один ответ

- Составляем официальный письменный договор
- Используем специальные сервисы бирж удаленной работы («безопасные сделки» и др.)
- Официальный договор не составляем, но фиксируем все детали в ходе переписки
- Договариваемся обо всем устно
- Другое _____

Экран 4

14. С кем Вам приходится чаще работать?

Один ответ

- С клиентами из своего региона (края, области и т.д.)
- С клиентами из других регионов моей страны
- С клиентами из других стран

15. Как часто Вы используете следующие способы коммуникации для взаимодействия и общения со своими заказчиками в ходе работы над проектом?

Один ответ в каждой строке

	Никогда	Редко	Примерно в половине случаев	Часто	Всегда
15.1. Личные встречи	1	2	3	4	5
15.2. Видеозвонки	1	2	3	4	5
15.3. Аудиозвонки	1	2	3	4	5
15.4. Электронная почта и текстовые сообщения	1	2	3	4	5

16. Как часто в 2013 г. Вы сталкивались с ситуациями, когда заказчик нарушал первоначальные договоренности?

Один ответ в каждой строке

1. Анкета мониторингового исследования
«Перепись фрилансеров — 2014»

	Никогда	Редко	Примерно в половине случаев	Часто	Всегда
16.1. Изменение первоначальных задач, сокращение сроков	1	2	3	4	5
16.2. Задержка с оплатой работы	1	2	3	4	5
16.3. Частичная невыплата гонорара	1	2	3	4	5
16.4. Полная невыплата гонорара	1	2	3	4	5

17. В случаях, когда Вы сталкивались с невыполнением условий договора, удавалось ли Вам разрешить ситуацию, и если да, то каким образом?

Любое число вариантов ответа

- Не сталкивался с невыполнением условий договора
- Да, путем переговоров с заказчиком
- Да, с участием администрации биржи удаленной работы
- Да, через обращения в судебные инстанции
- Да, с использованием угроз и «силовых методов»
- Да, другим способом _____
- Нет, ситуация в конечном счете не была разрешена — *вариант ис-ключает все остальные*

Экран 5

18. Сколько дней в неделю Вы обычно работаете (включая не только фриланс, но и все остальные виды оплачиваемой занятости, если таковые есть)?

Выпадающий список от 1 до 7

19. Сколько часов в день Вы в среднем работаете (включая не только фриланс, но и все остальные виды оплачиваемой занятости, если таковые есть)?

Выпадающий список от 1 до 16

20. В какие часы Вы обычно работаете в качестве фрилансера?

Любое число вариантов ответа

- 00:00–03:00
- 03:00–06:00
- 06:00–09:00
- 09:00–12:00
- 12:00–15:00
- 15:00–18:00
- 18:00–21:00
- 21:00–24:00

21. Насколько Вы удовлетворены соотношением времени, которое Вы тратите на работу, и времени, которое Вы посвящаете другим сторонам Вашей жизни?

Один ответ

- 1 Совсем не удовлетворен
- 2
- 3 Скорее не удовлетворен
- 4
- 5 И да, и нет
- 6
- 7 Скорее удовлетворен
- 8
- 9 Полностью удовлетворен

22. Готовы ли Вы, если будет такая возможность, больше работать? То есть брать больше заказов в качестве фрилансера, или найти дополнительную работу, или сменить Вашу работу на другую, которая отнимает больше времени?

Один ответ

- Совершенно не готов больше работать
- Скорее не готов
- И да, и нет
- Скорее готов
- Определенно готов

23. Как часто в последнее время Вы чувствовали эмоциональное истощение, сильную усталость от работы?

Один ответ

- Никогда
- Редко
- Примерно в половине случаев
- Часто
- Всегда

24. Каким образом Вы ведете учет и планирование своих личных доходов и расходов

Один ответ

- Не веду никакого учета и планирования доходов и расходов
- Веду примерный учет и планирование доходов и расходов
- Веду строгий, детальный учет и планирование доходов и расходов

25. Каким образом Вы организуете и планируете свою работу?

Один ответ

- Я держу все основные дела в голове
- Делаю записи в ежедневнике, на стикерах, отдельных листках бумаги
- Использую для планирования специальную компьютерную программу

Экран 6

26. Чем лично Вас больше всего привлекает работа фрилансера?

Любое число вариантов ответа

- Возможность работать дома или из любого другого места
- Гибкий график, возможность самому выбирать время работы

- Отсутствие начальства, постоянного контроля и корпоративных правил
- Возможность работать индивидуально, отсутствие коллектива
- Результат работы зависит только от меня, от моих усилий
- Хорошие возможности для профессионального развития
- Возможность самому выбирать себе проекты по душе
- Относительно высокий уровень дохода по сравнению с работой в штате
- Возможность совмещать фриланс с работой в организации, учебой, уходом за детьми и т.п.
- Другое _____
- Ничем не привлекает — *вариант исключает все остальные*

27. Что лично Вам больше всего не нравится в работе фрилансера?

Любое число вариантов ответа

- Трудно работать в домашней обстановке, отвлекаешься на другие дела
- Приходится работать тогда, когда другие люди отдыхают
- Недостаток общения с людьми
- Необходимость самому себя организовывать и контролировать
- Невысокий престиж фриланса в глазах окружающих
- Отсутствие карьерного роста, продвижения по служебной лестнице
- Необходимость самостоятельно заниматься поиском новых проектов
- Высокая конкуренция среди фрилансеров; демпинг
- Отсутствие социального пакета и социальных гарантий (больничные, отпуска, пенсия и т.п.)
- Высокие риски, вероятность обмана со стороны заказчика
- Относительно невысокий уровень дохода по сравнению с работой в штате
- Нестабильность, непредсказуемость будущих доходов
- Отсутствие легальных, документально подтвержденных доходов
- Другое _____
- Все нравится — *вариант исключает все остальные*

28. Скажите, пожалуйста, насколько Вы удовлетворены или не удовлетворены в настоящее время своей жизнью в целом?

Один ответ

- 1 Совсем не удовлетворен
- 2
- 3 Скорее не удовлетворен
- 4
- 5 И да, и нет
- 6
- 7 Скорее удовлетворен
- 8
- 9 Полностью удовлетворен

29. Каким образом Вы планируете работать через 5 лет?

Один ответ

- Буду работать только в качестве фрилансера
- Буду совмещать фриланс с работой в организации
- Буду совмещать фриланс с развитием собственного дела (фирмы)
- Уйду из фриланса и буду работать в организации в качестве штатного сотрудника
- Уйду из фриланса, займусь развитием собственного дела (фирмы)
- Не буду работать совсем
- Другое _____

Экран 7

30. Укажите, пожалуйста, Ваш пол

Один ответ

- Мужской
- Женский

31. Сколько лет Вам исполнилось?

- Запишите число ____ лет (*допускаются только целочисленные значения!*)

32. Каково Ваше семейное положение?

Один ответ

- Состою в зарегистрированном браке
- Живем вместе, но не зарегистрированы
- В настоящее время не состою в браке

33. Сколько в Вашей семье детей моложе 16 лет?

Выпадающий список — один ответ

- Нет детей моложе 16 лет (кодируется в базе как ноль)
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 и больше

34. Какое у Вас образование? Укажите наивысший уровень.

Один ответ

- Неполное среднее — к № 37
- Среднее, среднее специальное — к № 37
- Неполное высшее (не менее 2 лет)
- Высшее, диплом бакалавра
- Высшее, диплом специалиста
- Высшее, диплом магистра
- Второе высшее образование, степень MBA
- Ученая степень кандидата или доктора наук, PhD

35. Скажите, пожалуйста, в какой сфере Вы получили высшее образование?

Любое число вариантов ответа

- Технические науки (инженерное, конструкторское, строительное и т.д.)
- Точные науки (математика, физика и т.д.)
- Информационные технологии (ИТ)
- Естественные науки (химия, биология, география и т.д.)
- Юридические науки

- Экономические науки (финансы, маркетинг, бухучет, торговля и т.д.)
- Управление (государственное управление, менеджмент и т.д.)
- Гуманитарные науки (история, филология, философия и т.д.)
- Социальные науки (социология, политология, психология и т.д.)
- Медицинские науки
- Творческие и художественные специальности
- Другое _____

36. Как Вы считаете, насколько Ваша работа в качестве фрилансера соответствует той специальности, которую Вы получили (или получаете) в вузе?

Один ответ

- Полностью соответствует
- Скорее соответствует
- И да, и нет
- Скорее не соответствует
- Совершенно не соответствует

37. Оцените, пожалуйста, средний размер Вашего личного ежемесячного дохода, включая как фриланс, так и другие виды заработка (в среднем за 2013 г.).

Один ответ

- Менее 12 тыс. руб.
- От 12 до 24 тыс. руб.
- От 24 до 36 тыс. руб.
- От 36 до 48 тыс. руб.
- От 48 до 60 тыс. руб.
- От 60 до 90 тыс. руб.
- От 90 до 120 тыс. руб.
- Свыше 120 тыс. руб.

38. Зарегистрированы ли Вы на сайте FL.ru?

Один ответ

- Да
- Нет

39. Укажите, пожалуйста, страну, в которой Вы в настоящее время проживаете?

Один ответ

- Россия — к № 40
- Украина
- Беларусь
- Казахстан
- Молдова
- Другая страна _____

Если не Россия, то конец опроса

40. В каком регионе России Вы в настоящее время проживаете?

Выпадающий список — один ответ

- Москва
- Санкт-Петербург
- *Дальше список регионов России в алфавитном порядке*

Благодарим Вас за участие в опросе!

2. Типичные специализации «электронных» фрилансеров (по данным сайта FL.ru на февраль 2014 г.)

Разработка и поддержка веб-сайтов

- QA (тестирование)
- SEM
- SMO
- Wap/PDA-сайты
- Адаптивный дизайн
- Веб-программирование¹
- Верстка
- Дизайн сайтов¹
- Доработка сайтов
- Интернет-магазины
- Оптимизация (SEO)
- Поисковые системы
- Продажа ссылок
- Проектирование
- Разработка сайтов
- Сайт «под ключ»
- Системы администрирования (CMS)
- Флеш-сайты
- Юзабилити

Программирование

- 1С-программирование
- ERP- и CRM-интеграции
- Flash/Flex-программирование
- Google Android
- iOS
- Windows Phone
- Администрирование баз данных
- Базы данных
- Веб-программирование¹
- Встраиваемые системы

- Защита информации
- Интерактивные приложения
- Макросы для игр
- Плагины / сценарии / утилиты
- Прикладное программирование
- Программирование
- Программирование для сотовых телефонов и КПК
- Программирование игр
- Прототипирование
- Разработка CRM и ERP
- Раскадровки
- Сетевое администрирование
- Системное программирование
- Системный администратор
- Тестирование игр (QA)
- Управление проектами разработки

Дизайн/графика

- 2D Анимация
- 2D Персонажи
- 3D Анимация
- 3D Иллюстрация
- 3D Моделирование
- 3D Персонажи
- Аэрография
- Баннеры
- Векторная графика
- Верстка электронных изданий
- Визуализация/3D
- Виртуальные туры
- Гейм-арт
- Граффити

¹ Данные позиции могут быть в равной степени отнесены к различным категориям.

- Дизайн (мобильные приложения)
- Дизайн выставочных стендов
- Дизайн интерфейсов приложений
- Дизайн сайтов¹
- Дизайн упаковки
- Дизайн/арт
- Дизайн машинной вышивки
- Допечатная подготовка
- Живопись
- Иконки
- Интерфейсы
- Интерьеры
- Инфографика
- Комиксы
- Концепт/эскизы
- Ландшафтный дизайн / Генплан
- Логотипы
- Пиксел-арт
- Полиграфическая верстка
- Полиграфический дизайн
- Презентации
- Разработка шрифтов
- Рисунки и иллюстрации
- Технический дизайн
- Трикотажный и текстильный дизайн
- Фирменный стиль
- Флеш-графика
- Хэндмейд
- Отопление/вентиляция
- Предметная визуализация
- Проектирование
- Промышленный дизайн
- Разработка радиоэлектронных систем
- Слаботочные сети / автоматизация
- Технология
- Чертежи/схемы
- Экстерьеры
- Электрика

Фото

- Архитектура/интерьер
- Мероприятия/репортажи
- Модели
- Промышленная фотосъемка
- Рекламная/постановочная
- Ретуширование/коллажи
- Свадебная фотография
- Художественная/арт

Аудио/видео

- Аудиомонтаж
- Видеодизайн
- Видеоинфографика
- Видеомонтаж
- Видеопрезентации
- Видеоролики
- Видеосъемка
- Диктор
- Кастинг
- Музыка/звуки
- Озвучивание игр
- Режиссура
- Свадебное видео

Инжиниринг

- Архитектура
- Водоснабжение/канализация
- Газоснабжение
- Картография
- Конструкции
- Макетирование
- Машиностроение

Тексты/копирайт

- Ввод и обработка данных/текста

2. Типичные специализации «электронных» фрилансеров

- Контент
- Контент-менеджер
- Копирайтинг
- Корреспонденция/деловая переписка
- Локализация ПО, сайтов и игр
- Новости/пресс-релизы
- Обработка писем
- Постинг
- Расшифровка аудио- и видеозаписей
- Редактирование/корректурa
- Резюме
- Рерайтинг
- Рефераты / курсовые / дипломные работы
- Сканирование и распознавание
- Слоганы/нейминг
- Создание субтитров
- Статьи
- Стихи / поэмы / эссе
- Сценарии
- Сценарии для анимации
- Тексты / речи / рапорты
- ТЗ / help / мануал
- Арт-директор
- Бизнес-консультирование
- Бизнес-планы
- Бухгалтерия
- Виртуальный ассистент
- Исследования
- Исследования рынка и опросы
- Кадровый учет и зарплата
- Контекстная реклама
- Креатив
- Медиапланирование
- Менеджер по персоналу
- Менеджер по продажам
- Менеджер проектов
- Наружная реклама
- Обработка заказов
- Обработка платежей
- Обслуживание клиентов и поддержка
- Организация мероприятий
- Поддержка по телефону
- Продажи и генерация лидов
- Промо-персонал
- Психолог
- Путешествия
- Реклама/маркетинг
- Рекламные концепции
- Репетиторы/преподаватели
- Сбор и обработка информации
- Системы управления предприятием
- Статистический анализ
- Стилист
- Телемаркетинг и продажи по телефону
- Техническая поддержка
- Управление репутацией онлайн
- Финансовый консультант
- Юриспруденция

Переводы

- Перевод текстов общей тематики
- Переводы/тексты
- Редактирование переводов
- Тексты на иностранных языках
- Технический перевод
- Устный перевод
- Художественный перевод

Реклама / маркетинг / консалтинг

- PR-менеджмент
- SMM (маркетинг в соцсетях)

Научное издание
Серия «Аналитика ЛЭСИ»
Выпуск 16

Стребков Денис Олегович
Шевчук Андрей Вячеславович
Спирина Марина Олеговна

**Развитие русскоязычного рынка удаленной работы, 2009–2014 гг.
(по результатам Переписи фрилансеров)**

Зав. редакцией *Е.А. Бережнова*
Редактор *О.А. Шестопалова*
Художник обложки *А.М. Павлов*
Компьютерная верстка и графика: *С.В. Родионова*
Корректор *О.А. Шестопалова*

Подписано в печать 30.10.2015. Формат 60×88¹/₁₆
Гарнитура Newton. Усл. печ. л. 13,7. Уч.-изд. л. 9,5
Тираж 300 экз. Изд. № 2003. Заказ №

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20
Тел./факс: (499) 611-15-52