



ШКОЛА
КОММУНИКАЦИЙ

ПЛАТФОРМЕННАЯ ЗАНЯТОСТЬ

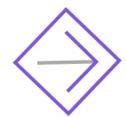
Перспективы и возможности
для представителей креативных индустрий
и работников интеллектуального труда

СОДЕРЖАНИЕ

Методология

1. Результаты качественного этапа
(дневниковый метод, глубинные интервью)
2. Результаты количественного этапа
(опрос)
3. Ключевые выводы

СОДЕРЖАНИЕ



Методология

1. Результаты качественного этапа
(дневниковый метод, глубинные интервью)
2. Результаты количественного этапа
(опрос)
3. Ключевые выводы





ШКОЛА
КОМУНІКАЦІЙ

МЕТОДОЛОГІЯ

ЦЕЛЬ

- ➡ Определить, как представители креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых воспринимают платформенную занятость и перспективы трудовой эмиграции.

ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Качественный этап

1

Определить, какие преимущества, недостатки и перспективы платформенной занятости видят представители креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых.

2

Выявить референтный образ платформы для поиска заказов и клиентов представителями креативных индустрий и интеллектуального труда^[SEP] в статусе самозанятых.

3

Определить, какие преимущества, недостатки и перспективы трудовой эмиграции видят представители креативных индустрий^[SEP] и интеллектуального труда в статусе самозанятых.

4

Определить потенциальные факторы, которые могут оказать влияние^[SEP] на решение о трудовой эмиграции представителей креативных индустрий^[SEP] и интеллектуального труда в статусе самозанятых.

ЭМПИРИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

- мужчины и женщины, в возрасте 18 лет и старше
- на данный момент находятся на территории РФ, проживают в Москве и крупных региональных центрах
- имеют официальный статус самозанятых, ИП, владельцев малого бизнеса замкнутого цикла
- могут быть параллельно заняты в рамках проектной деятельности или совмещать статус самозанятых с работой в компании в рамках трудового договора
- являются представителями креативных индустрий и/или работниками интеллектуального труда
- на момент проведения исследования могут быть не зарегистрированы/зарегистрированы на платформах для поиска заказов



КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ И СФЕРЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ТРУДА

- Дизайн / графика
- Образование
- Перевод
- Архитектура
- Инжиниринг
- Финансы
- Психология
- Здоровоохранение
- Юридические услуги
- IT / программирование / разработка и поддержка веб-сайтов
- Журналистика
- Ведение социальных сетей / Копирайтинг
- Продажи
- Реклама, PR
- Маркетинг
- Исследования (маркетинговые, UX и т. п.)
- Продакшн: создание и обработка видео и звука
- Фотография
- Актёрское мастерство
- Менеджмент
- Гостеприимство
- Другое



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ВОПРОСЫ

Качественный этап

- 1 Как представители креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых ищут клиентов и взаимодействуют с ними?
- 2 С какими трудностями сталкиваются представители креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых во время использования платформ для поиска заказов?
- 3 Какие преимущества и недостатки платформенной занятости видят представители креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых?
- 4 Какие перспективы и барьеры трудовой эмиграции видят представители креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых?



МЕТОДЫ СБОРА ДАННЫХ

Качественный этап

Дневниковый метод, ^[1]_[SEP] типа самоотчёт

- Рекрутинг: снежный ком, отбор с помощью скринера
- Размер выборки: 10 респондентов
- Длительность ведения дневников: 1 неделя

Глубинное ^[1]_[SEP] полуструктурированное интервью

- Рекрутинг: снежный ком, отбор с помощью скринера
- Размер выборки: 20 респондентов



ОПИСАНИЕ ВЫБОРКИ

Качественный этап



Пол

- Женский
19 респондентов
- Мужской
10 респондентов
- Предпочитает
не указывать
1 респондент



Возрастной диапазон респондентов

- от 20 до 38 лет



География

- Москва
- Калининград
- Санкт-Петербург
- Пенза
- Ярославль
- Калуга
- Рязань
- Томск
- Новосибирск



ШКОЛА
КОММУНИКАЦИЙ

ОПИСАНИЕ ВЫБОРКИ

Качественный этап

Направления деятельности респондентов

- Психология
- Образование в сфере музыки, социальных наук, естественно-научных дисциплин
- Продакшн: создание и обработка видео и звука
- Фотография
- Выступление как музыканта, дирижера
- Финансы, образование в сфере финансов, доверительное управление
- Журналистика, Ведение социальных сетей / Копирайтинг
- Дизайн, графика
- Реклама, PR, SEO
- IT / программирование, разработка и поддержка веб-сайтов
- Массаж, косметология



ШКОЛА
КОММУНИКАЦИЙ

КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ ЭТАП

Исследовательские вопросы

- 5 Являются ли биржи/платформы по поиску заказов эффективным и удобным способом поиска клиентов по мнению представителей креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых?
- 6 Является ли работа с зарубежными заказчиками перспективным направлением по мнению представителей креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых?



ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Количественный этап

- определить наиболее популярные каналы для поиска и взаимодействия с клиентами среди представителей креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых
- определить наиболее популярные биржи/платформы для поисков заказов среди представителей креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых
- определить, являются ли биржи/платформы по поиску заказов эффективным и удобным способом поиска клиентов по мнению представителей креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых
- определить, является ли работа с зарубежными заказчиками перспективным направлением по мнению представителей креативных индустрий и интеллектуального труда в статусе самозанятых





1.

РЕЗУЛЬТАТЫ КАЧЕСТВЕННОГО ЭТАПА

ПРИЧИНЫ ОФОРМЛЕНИЯ САМОЗАНЯТОСТИ

В результате анализа качественных данных к **внешней мотивации** получения респондентами официального статуса самозанятого относятся инициатива клиента самозанятого, как правило юридического лица, и опасения самозанятого возможных проблем с налоговыми службами, если он будет работать неофициально.

Инициатива клиента (юридического лица)

- «Мне пришлось взять самозанятость для одного крупного клиента: там было юр[идическое] лицо и много денег, и пришлось взять [оформить] самозанятость»

Опасения возможных проблем с налоговой

- «Я, собственно, когда ушла, сразу зарегистрировалась. Были опасения, что начнутся проблемы с налоговой, мне достаточно серьёзные суммы поступали. Я побоялась, что потом будут какие-то проблемы с налоговой»



ПРИЧИНЫ ОФОРМЛЕНИЯ САМОЗАНЯТОСТИ

К **внутренней мотивации** можно отнести искреннее стремление респондента к прозрачности и легализации своей деятельности, которое не связано с опасениями из-за возможных проблем с налоговыми службами, а также планирование операций, связанных с необходимостью подтверждения наличия денежного дохода (ипотека, кредит и т.п) и легальности своей трудовой деятельности.

Стремление к прозрачности и легализации своей деятельности

- «Я не хотела, чтобы мой доход был нелегальным»
- «Это некоторая сатисфакция [удовлетворение]: вот, я заработала 20.000 за этот месяц, и об этом знает мое налоговое приложение»

Планирование операций, связанных с необходимостью подтверждения наличия денежного дохода

- «Тем более в какой-то момент я задумался над ипотекой. Я оформился как самозанятый, чтобы потом подтвердить свой заработок»
- «Потом узнала про соц[иальный] контракт, когда государство даёт бюджетный деньги на начало бизнеса. Мне вот например нужна помощь, чтобы увеличить парк своей техники, это важно»



ПРИЧИНЫ ОФОРМЛЕНИЯ ИП

Как и в случае с оформлением самозанятости, одной из **внешних мотиваций** получения статуса ИП является инициатива клиента, как правило юридического лица. Респонденты отмечали, что крупные юридические лица не готовы работать с самозанятыми и просят оформить исполнителя ИП. Также к внешним мотивам можно отнести оформление ИП, чтобы избежать возможных проблем с налоговыми службами.

По инициативе клиента: юридические лица предпочитают работать с ИП

- «Если бы не было несколько крупных заказов и крупных заказчиков, [которые] хорошие деньги предлагали за проект, я бы ИП, наверное, не открыла. Я была бы скорее самозанятой, потому что мне показалось, что с самозанятой история попроще. Но крупные компании, которые не частное лицо, они с самозанятыми, как правило, не работают, им нужна какая-то условно "серьёзная" история с налоговой»

Опасения возможных проблем с налоговой

- «Почему ИП держу сейчас, потому что не хочу проблем с налоговой, мне так комфортно»



ПРИЧИНЫ ОФОРМЛЕНИЯ ИП

К **внутренним мотивам** получения статуса ИП можно отнести желание респондентов самому нести ответственность за свою жизнь и позитивный опыт близких людей, которые занимаются предпринимательской деятельностью.



Желание нести ответственность за свою жизнь

- «Параллельно меня жизнь вела по пути работы на себя, когда ты берёшь ответственность за то, что с тобой происходит, а не когда ты хочешь переложить её на кого-то другого»



Позитивный опыт родственников / знакомых

- «Ты работаешь на себя, зарабатываешь деньги для себя, не представляешь какую-либо компанию. Нет рутинного давления, ты сам себе босс. Отсутствие иерархии босс-подчиненный»



ПРЕИМУЩЕСТВА САМОЗАНЯТОСТИ И ИП

В качестве одного из преимуществ самозанятости и статуса индивидуального предпринимателя респонденты выделяют удобство и свободу в организации и планировании своей трудовой деятельности, к которым они относят отсутствие иерархической организационной структуры (начальник-подчинённый), в том числе возможность самостоятельно выбирать темы и количество проектов.

Отсутствие иерархической организационной структуры

- «Отсутствие запретов со стороны начальства, регулировка твоей творческой деятельности — ты в принципе сам строишь свою работу, как хочешь»

Возможность самостоятельно определять темы и количество проектов

- «Плюс ещё я сама могу выбирать, какие проекты я беру, какие не беру»
- «С самозанятостью я могу иметь таких [заказчиков] много, т.е. самозанятость удобнее, когда ты работаешь с несколькими заказчиками, и это им выгодно»



ПРЕИМУЩЕСТВА САМОЗАНЯТОСТИ И ИП

Также в качестве преимуществ самозанятости респонденты выделяли возможность свободно передвигаться во время рабочего дня и распоряжаться своим временем.



Свобода в распоряжении временем: гибкий график

- «Более гибкий график. Я сама ответственна за свое время и выстраиваю его, как хочу»
- «Гибкий график, ты можешь сам распределять свое время: личная жизнь, рабочие задачи»



Свобода передвижения: возможность свободно передвигаться, работать из любого места

- «Определенная свобода, можно работать, откуда ты хочешь»
- «Я свободна. У меня ребёнок, и я могу в любой свободный день куда-то поехать. Если бы я 5/2 работала, то дочь бы сидела у бабушки»



ПРЕИМУЩЕСТВА САМОЗАНЯТОСТИ И ИП

Респонденты считают, что такие формы трудовой деятельности, как самозанятость, имеют следующие финансовые преимущества: отсутствие ограничений денежного потока, так как сам самозанятый / ИП решает, какое количество проектов он берёт, и определяет размер оплаты труда, а также низкий уровень налогообложения (не относится к ИП)

Отсутствие ограничений денежного потока

- «Если работаешь на компанию, то там в любом случае есть какой-то потолок, вот выше него не прыгнешь. Плюс мне платили по пензенским меркам достаточно высокую зарплату, то есть я поняла, что всё, я буду сидеть вот на этой зарплате ближайшие несколько лет. Начальника всё устраивало, а меня не устраивало, мне некуда было расти»

Низкий уровень налогообложения

- «Более низкий налог — 6%, особый статус, не надо заключать трудовой или ГПХ, но деньги учитываются и налоги»



ПРЕИМУЩЕСТВА САМОЗАНЯТОСТИ И ИП

Также к преимуществам трудовой деятельности в форме самозанятости и ИП респонденты относят отсутствие налоговой проверки для самозанятых, часть респондентов выражает надежду на то, что это не изменится в будущем. Кроме этого, респонденты отмечают, что, работая в статусе самозанятого, они ощущают более низкий уровень ответственности, так как при такой форме трудовой деятельности отсутствует иерархическая структура, в которой им могут сделать выговор/и или уволить, а также нет коллег/начальства, которых они могли бы «подвести»

Отсутствие налоговой проверки

- «Налоговая инспекция, как известно, не проверяет самозанятых. До [20]28 года они отказались это делать. Это крайне удобно тоже»
- «Налоговая пока не приходила, тоже хорошо»

Более низкий уровень ответственности

- «У меня ответственности больше в этой истории [по трудовому договору]. Меня, не знаю там, могут уволить по статье»



НЕДОСТАТКИ САМОЗАНЯТОСТИ И ИП

В качестве недостатков самозанятости и ИП как форм трудовой деятельности респонденты в сфере финансов выделяли отсутствие стабильного дохода, так как он зависит от наличия и количества заказов. Индивидуальные предприниматели также часто акцентировали внимание на высокой налоговой нагрузке, которая не всегда соотносится с доходами ИП.



Отсутствие стабильного дохода

- «Довольно сложно контролировать свой доход, может быть такое, что у тебя не будет заказов, и надо будет с этим что-то делать. А когда ты знаешь, что ты каждый месяц получаешь фиксированную сумму, вне зависимости от ничего, то это даёт тебе какую-то уверенность»



Высокая налоговая нагрузка (для ИП)

- «ИП платит нормальные такие налоги: это страховые взносы, медицинское страхование, пенсионное там. В конечном итоге эти налоги составляют 42 тысячи, они с каждым годом повышаются»



НЕДОСТАТКИ САМОЗАНЯТОСТИ И ИП

Также к недостаткам самозанятости респонденты относят отсутствие социального пакета, а именно возможности получить оплачиваемый больничный, отпуск, декрет, отсутствие пенсионных начислений, и чувство правовой незащищенности в отношениях с заказчиком.

Отсутствие оплачиваемых больничных, отпуска, в том числе декретного

- «Основной недостаток ИП это то, что у тебя нету отпуска и нету больничного. Тебе никто не платит больничные и отпускные. Все больничные и отпускные ты оплачиваешь себе сам»
- «У тебя нет отпускных. В этом плане, конечно, что-то хотелось бы [сделать]»
- «У меня есть опасение, что, если я захочу родить ребёнка, уйду в декрет, я никаких денег не получу, мне придётся продолжать работать, т.е. никаких социальных гарантий»

Отсутствие пенсионных начислений

- «Не помню, на что налоги идут, но на пенсию они не идут. Мне уже 25, я не молодею. Здесь могут быть риски»

Отсутствие чувства правовой защищенности

- «Это неполная гарантия, потому что физическое лицо, если ты работаешь с ним не по договору, оно может оформить возврат на тебя, т.е. Раура1, например, так работает. Там часто бывают споры, приходится доказывать, что ты действительно выполнил свою работу и отправил заказчику. И тут как бы нет такой гарантии. Тут много человеческих факторов»



НЕДОСТАТКИ САМОЗАНЯТОСТИ И ИП

В рамках работы респонденты сталкиваются с рядом эмоциональных трудностей, таких как высокий уровень личной ответственности за себя и за сотрудников (в случае с ИП). Также самозанятые отмечают, что им не хватает коммуникации с коллегами, с которыми можно было бы посоветоваться и обменяться опытом. Кроме этого, работа самозанятых характеризуется высоким уровнем интенсивности и ненормированным рабочим графиком, что, по мнению респондентов, приводит их к выгоранию.

Высокий уровень личной ответственности

- «Ты несёшь за себя ответственность, и в случае твоих провалов ты не можешь её ни на кого переложить. Если что-то у тебя не пошло, ты обязан ответить в денежной форме и перед другими людьми, ну в плане заработных плат и так далее. Тебе всё равно нужно постоянно выкручиваться»

Отсутствие коллектива, общения с коллегами

- «Не хватает коммуникации. Ты не можешь расти по службе и получать новые навыки, как в компании. Ты должен сам как-то пробиваться, набирать какие-то кейсы»

Высокая интенсивность работы, ненормированный рабочий график

- «Очень много переработок, день и ночь просто стираются»



НЕДОСТАТКИ САМОЗАНЯТОСТИ И ИП

В качестве недостатков респонденты указывали отсутствие рабочего пространства — офиса, где бы они могли работать, не отвлекаясь на бытовые обязанности и семью. Также отдельно стоит отметить, что респонденты в статусе самозанятых сталкиваются с отказами крупных юридических лиц, которые предпочитают работать только с теми подрядчиками, которые имеют статус ИП.

Отсутствие рабочего пространства

- «Я не могу выстроить дома такое пространство, чтобы мне было классно работать. Возможность ходить в офис для меня преимущество [работы в штате]»

Предпочтение юридических лиц ИП самозанятым (для самозанятых)

- «Есть такая каста клиентов, которые не хотят работать с самозанятыми, только с ИП»



КАНАЛЫ ПОИСКА И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

В качестве каналов для поиска клиентов и заказов самозанятые и ИП используют сарафанное радио (рекомендации друзей, коллег, бывших заказчиков и т.п.), личные блоги в социальных сетях, онлайн-биржи/платформы (Яндекс.Услуги, Профи.ру, Репетитор.ру и т.п.), профессиональные чаты и каналы в социальных сетях (как правило, в Telegram), рекламу в социальных сетях.

Сарафанное радио

- «В основном, сарафанное радио, то есть ко мне приходят. Я не ищу»

Биржи

- «Кстати, Авито стал хорошо работать. С него тоже лиды [заявки клиентов] приходят»

Чаты и каналы по поиску клиентов в социальных сетях

- «Телеграм. Много можно найти заказов. В последнее время Телега [Telegram] хорошо работает. Каналы плюс чат специалистов, ты там мелькаешь, тебя там знают. У меня был опыт, я состою в чате директологов, периодически делаю какие-то комментарии по SEO, и ко мне люди обращались уже по SEO. Я бы скорее там искала клиентов, чем на бирже»

Реклама в социальных сетях

- «Реклама с Яндекс.Директа. Это стоит около 40 тысяч, но это все окупится за счет постоянных клиентов»

Личный блог в социальных сетях или сайт

- «Я просто выкладываю всё на своей страничке [в Twitter], я создал документ со своими условиями работы, ценами. Если кто хочет, то пишет мне в личные сообщения или в Discord»



ПРЕИМУЩЕСТВА ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПОИСКА ЗАКАЗОВ

К мотивам использования онлайн-платформ для поисков клиентов и заказчиков респонденты относят удобный интерфейс и поддержку биржи в осуществлении поиска и взаимодействия с потенциальными заказчиками.

Удобный интерфейс

- «Удобный поиск» «Хороший интерфейс у платформы»
- «Удобная система заказов: тебе выставляют задание, ты откликаешься. Можно оплатить тариф на 2 недели безлимитного отклика, без отдельной оплаты каждого»

Поддержка платформы

- «Платформа больше тебя поддерживает: если не тебя выбрали, тебе об этом сообщают. Безопасно, чувствуется, что есть проверка личности»
- «Если есть хороший заказ, могут позвонить и сказать об этом. Более человеческая комиссия»
- «Но они рассылают на почту обучающие материалы, они дают полезную информацию»



ПРЕИМУЩЕСТВА ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПОИСКА ЗАКАЗОВ

Также к преимуществам использования платформ респонденты относят: высокий уровень контроля потока клиентов (например, возможность приостановить приём заказов), наличие на площадке бесплатного базового функционала, позитивный опыт использования платформы коллегами и желание найти дополнительный проект.

Высокий уровень самостоятельного контроля потока клиентов

- «Но я бы отдавал предпочтение биржам. Лучше контролируешь временные процессы: можно поставить, что ты не доступен для заказов»

Наличие бесплатного функционала

- «5 откликов в день бесплатно всегда, это повышает мотивацию»

Позитивный опыт использования платформы коллегами

- «У меня есть позитивный опыт моих коллег [про ЯндексУслуги], они хорошо продают свои услуги на ЯндексУслугах. Плюс я знаю, что многие юр[идические] лица на них работают, тоже позитивный опыт»

Желание подзаработать

- «Когда-то однажды зарегистрировался... Я был юн и глуп. Хотел где-то подзаработать [с усмешкой]»



НЕДОСТАТКИ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПОИСКА ЗАКАЗОВ

К барьерам использования респондентами онлайн-бирж для поиска клиентов можно отнести искусственно низкий уровень цен на интеллектуальные и креативные услуги (демпинг) со стороны конкурентов (из России и стран СНГ) и обезличенность коммуникации с клиентом. Так, платформы не предполагают знакомство потенциального заказчика с портфолио исполнителя и возможности создания личного бренда самозанятого.

Демпинг

- «Мне эта система ужасно не понравилась. Там торги. Меня это ужасно раздражало, потому что это мелочно все. Слишком грубо. Какие-то мелкие деньги. Чувствуешь униженно себя. Должен скидывать цену, либо как-то очень правильно написать про себя. Еще биться за этот рейтинг, как бедные таксисты. Для меня это впечатление, что это сильное давление на исполнителя»
- «Я считаю, что биржи — это зло. Там очень редко можно найти хорошего клиента, клиенты приходят как правило с низким чеком, там считается, что можно найти специалиста за 500 рублей. Но я считаю, что для нормального специалиста с каким-то уровнем, там делать нечего»

Обезличенность коммуникации с клиентом

- «Когда у тебя есть отзывы, есть список послужной — человек читает не про тебя, а про твою деятельность. А потом вы коннектитесь [связываетесь], и ты понимаешь, что вообще не твой человек. В этом проблема, почему я к платформам не обращаюсь.»
- «Я не знаю, какие там клиенты. Когда человек на тебя подписывается в Instagram, он за тобой наблюдает, это как соцсеть. И ты понимаешь, что это за человек, что он делает, с чем к нему можно обратиться.»
- «Через сервисы пробовала, но мне вообще не понравилось. Очень странные приходят люди. То есть они не те люди, с которыми я бы сработалась»



НЕДОСТАТКИ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПОИСКА ЗАКАЗОВ

Также к барьерам использования онлайн-бирж для поиска клиентов относится высокий уровень комиссии платформы за клиента и высокие цены за базовый необходимый функционал (например, возможность откликаться на заказы), низкий уровень потока клиентов.

Высокий уровень комиссии платформы за клиента и дополнительные услуги

- «Я там есть [Профи.ру], но я туда перестала заходить. Ну я на них типа обиделась [смеется]. Они уже надоели, потому что постоянно за отклики надо платить деньги, а человек не приходит»
- «Нет желания тратить 400 рублей на отклик»

Отсутствие потока клиентов

- «У меня есть объявление на "Авито", но на него вот уже, наверное, в течение двух лет или трех никто не приходил»



РЕФЕРЕНТНЫЙ ОБРАЗ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ПОИСКА ЗАКАЗОВ

По мнению респондентов, **идеальная онлайн-биржа** должна давать возможность познакомиться клиенту с портфолио исполнителя, а исполнителю с запросом клиента. Кроме этого, платформа должна учитывать специфику предоставляемых самозанятым услуг (например, не сжимать изображения, если платформа работает с дизайнерами, иллюстраторами, художниками и т.д.).

Возможность знакомства клиента с портфолио исполнителя

- «Каждый раз, когда тебе пишут в директ — тебе нужно заново рассказывать, хотя у меня есть сайт, где можно почитать. Какой-то вот этот момент ознакомления. Было бы классно, если бы этот кто-то, платформа, например, взял на себя. Чтобы к тебе приходил клиент, понимающий, с чем он идет, и понимающий, с кем ты работаешь. Может быть, какое-то видео-приветствие, мы же много общаемся вербальной и невербальной. Живого общения не хватает»

Доступ к информации о заказчике

- «Я бы добавила возможность получать больше информации об ученике, чтобы понимать, насколько мне интересно будет с ним работать»

Внимание к специфике предоставляемых услуг

- «Соц[иальная] сеть, которая направлена на работу с изображением, сжимает эти изображения. Это ужасно. Идеальной мне кажется ArtStation, этот сайт был создан людьми, которые в этом [в иллюстрации] разбираются, его используют буквально во всех странах. Там очень удобные галереи, система переписок, студий. Там есть отдельные страницы у художников, а есть отдельные страницы у студий»



РЕФЕРЕНТНЫЙ ОБРАЗ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ПОИСКА ЗАКАЗОВ

Описывая референтный образ платформы, респонденты отмечали, что биржа должна защищать интересы не только заказчика, но и исполнителя, иметь прозрачную систему рейтингования исполнителей, а также бороться с демпингом (например, ввести минимальную оплату труда за каждый из видов услуг). Также респонденты считают, что платформа не должна взимать комиссию за обмен контактами между исполнителем и заказчиком.

Прозрачная система рейтингования пользователей

- «Прозрачная система рейтинга с понятными KPI»

Система безопасности, защищающая интересы исполнителя

- «Какая-то защита, гарантия, чтобы тебя не кинули»

Введение минимальной оплаты труда за каждый из видов услуг

- «Профи.ру, но с минимальной оплатой труда, чтобы не было несоразмерных требованиям условий»

Доступность контактных данных и предпочитаемых способов связи

- «[Платформа], где будут доступны его контакты. Вот такое приложение было бы классным»



ПРЕИМУЩЕСТВА РАБОТЫ С ЗАРУБЕЖНЫМИ ЗАКАЗЧИКАМИ

Респонденты считают, что **работа с зарубежными заказчиками** является финансово **более выгодной**, так как иностранцы по-другому относятся к интеллектуальному и/или творческому труду, понимая его сложность и уникальность. Вследствие этого, они готовы платить более высокую цену за работу. Кроме этого, респонденты рассматривают работу с зарубежными заказчиками как новый и интересный опыт.

Более высокая оплата труда

- «В Профи.ру нет выхода на зарубежных клиентов, а я не раз об этом задумывалась. Там ценник лучше, чем в России»
- «Функционально это интересно, там больше денег»

Новый опыт

- «Было бы интересно поработать с иностранцем. Я не знаю, как будет происходить процесс, и это будет очень интересный опыт»

Другое отношение к интеллектуальному /творческому труду

- «Они ценят труд. У нас не ценят труд. Дизайнеры у нас дешевая рабочая сила»
- «В 4 раза больше мне заплатил клиент из Нидерландов по собственному желанию!»



БАРЬЕРЫ ПРИ РАБОТЕ С ЗАРУБЕЖНЫМИ ЗАКАЗЧИКАМИ

В качестве **барьеров, которые мешают самозанятым работать с зарубежными заказчиками**, респонденты выделили сложность проведения оплаты, языковой барьер, демпинг со стороны коллег из России и стран СНГ, которые значительно занижают стоимость услуг, и опасение неодобрения работы с зарубежными клиентами властями РФ.

Сложности проведения оплаты

- «Мне до сих пор не могут его [заказ] оплатить, с банками работать сложно сейчас [после начала специальной военной операции]»

Языковой барьер

- «Я бы очень хотела работать с иностранными клиентами, но из-за того, что у меня специфический язык, там есть фразы, которые нужно прям учить, мне нужно подкачать словарный запас»

Демпинг коллег из России и стран СНГ

- «С выходом на эти платформы были трудности, потому что огромное количество ребят из Украины, Белоруссии предлагают такие же услуги, но очень сильно за дешево, и я отказалась от этой затеи. Я не могу соперничать с ценами, которые предлагают ребята»

Опасение неодобрения деятельности российскими властями

- «Не будешь ли ты человеком, который получает иностранное финансирование? И вдруг ты как-то косвенно окажешься иностранным агентом. Вот эта история проблематична сейчас»



МИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ

Мотивация

Также к мотивам эмиграции можно отнести желание жить в стране с более тёплым климатом и солидарность с правовой системой рассматриваемых стран.

Климат

- «Хочу уехать ближе к морю. У меня ещё в [предыдущее место жительства] хотела продать имущество и переехать в Крым. Но не получилось.»

Правовая система

- «Мне нравятся их законы, права человека и всё такое. Меня устраивает система с налогами, я буду видеть, на что они идут!»



МИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ

Барьеры

К барьерам, которые сдерживают самозанятых от эмиграции, можно отнести языковой и культурный барьеры, наличие семьи, как правило ребёнка.

Языковой барьер

- «Плюс я не владею языком свободно английским, поэтому, чтобы где-то работать, как-то продвигать себя, нужно большую работу сначала проделать»

Семья

- «Такое, чтобы попробовать — было до рождения детей. Как только появились дети — сразу все»

Культурный барьер

- «Ну сдерживает, наверное, то, что менталитет там будет однозначно другой. Я не уверена, что я себя буду комфортно чувствовать»



МИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ

Барьеры

Также респонденты отмечали, что от трудовой миграции их сдерживает страх снижения уровня жизни, так как для его поддержания им понадобится больше финансовых средств, страх остаться невостребованным специалистом на зарубежном рынке, а также высокий уровень налогов в рассматриваемых ими странах для потенциальной миграции.

Страх снижения уровня жизни

- «Англоязычные страны очень дорогие для меня»

Высокий уровень налогов

- «Если сравнить с тем же Западом, то действительно очень много уходит налогов на содержание самого предприятия, достаточно много»

Страх быть невостребованным специалистом

- «Специфика преподавания, знание классической музыки, все-таки, кажется, что здесь я больше востребована. Там есть свои специалисты, странно там претендовать на какое-то место»



2.

РЕЗУЛЬТАТЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ЭТАПА

МЕТОДЫ СБОРА ДАННЫХ

Количественный этап

Онлайн-опрос

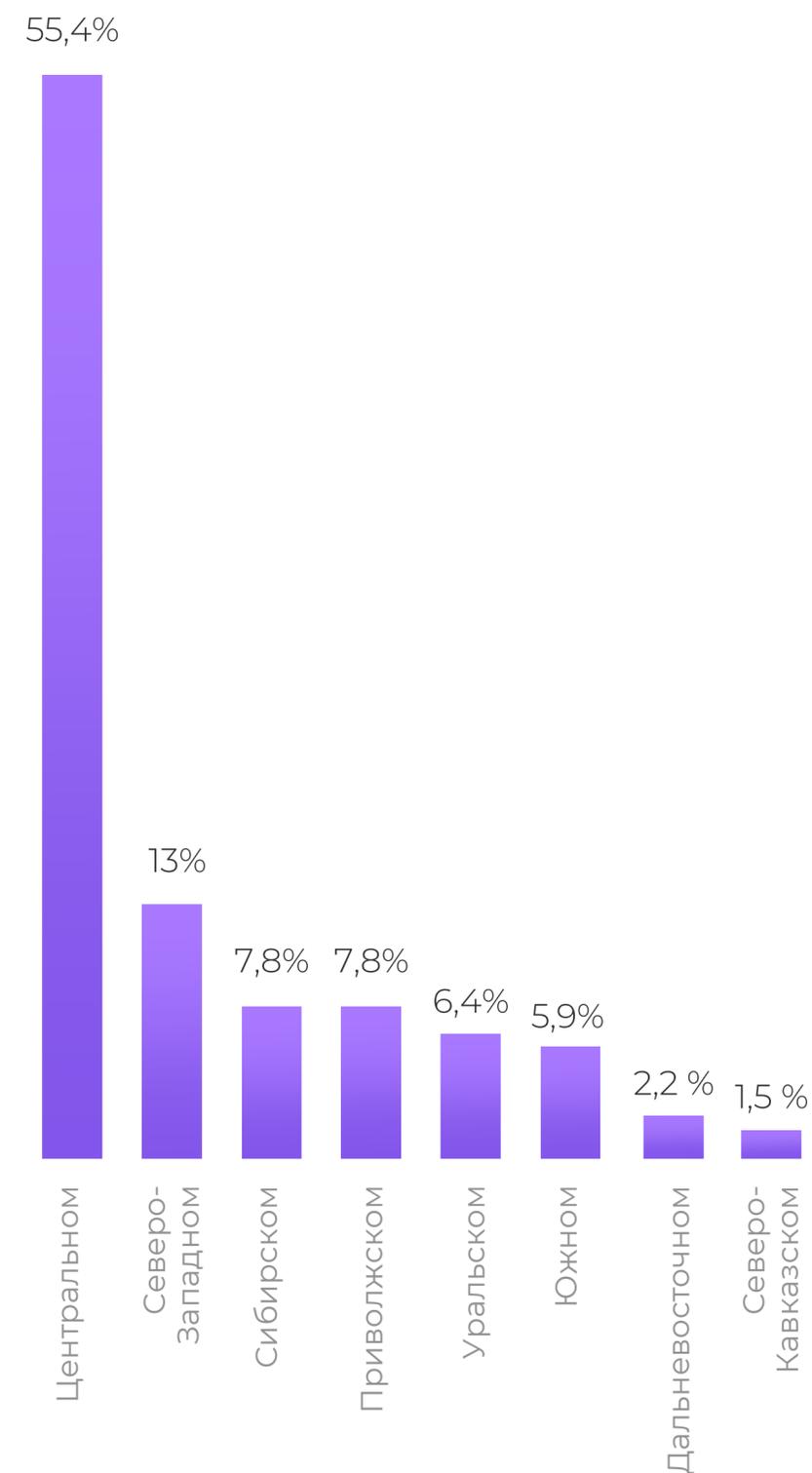
Рекрутинг

- river sampling: опрос в тематических группах в социальных сетях
- рассылка анкеты по базе данных с контактами самозанятых

Описание выборки

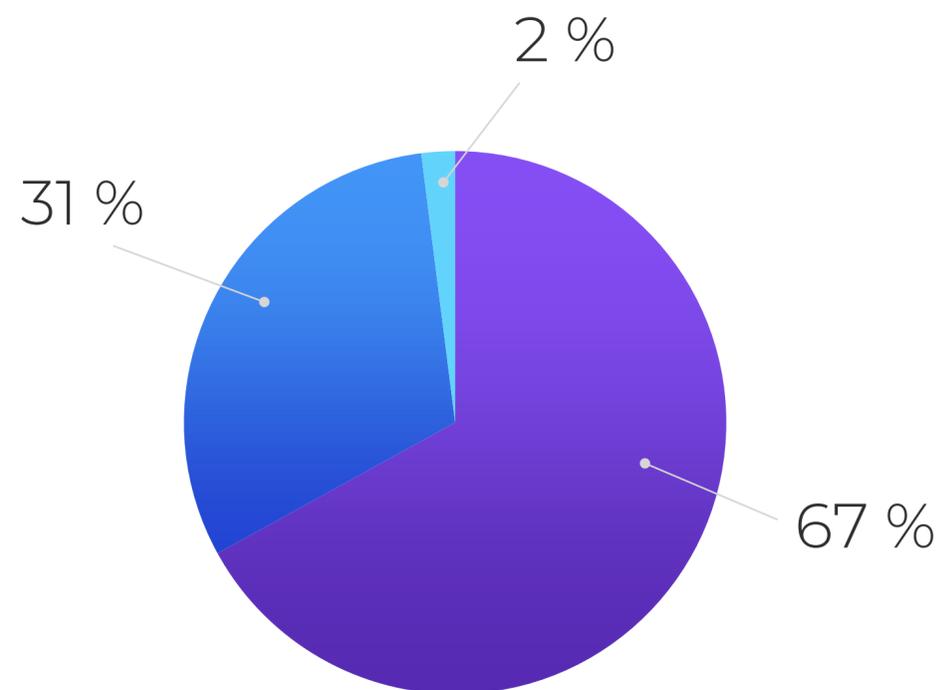
- 803 респондента
- Основным регионом проживания респондентов является Центральный федеральный округ (в том числе, Москва и Московская область), в то же время на остальные регионы приходится более 40% выборки, из них 13% — Северо-Западный ФО, по 8% — Сибирский и Приволжский ФО, по 6% — Приволжский и Южный ФО.

Регион проживания



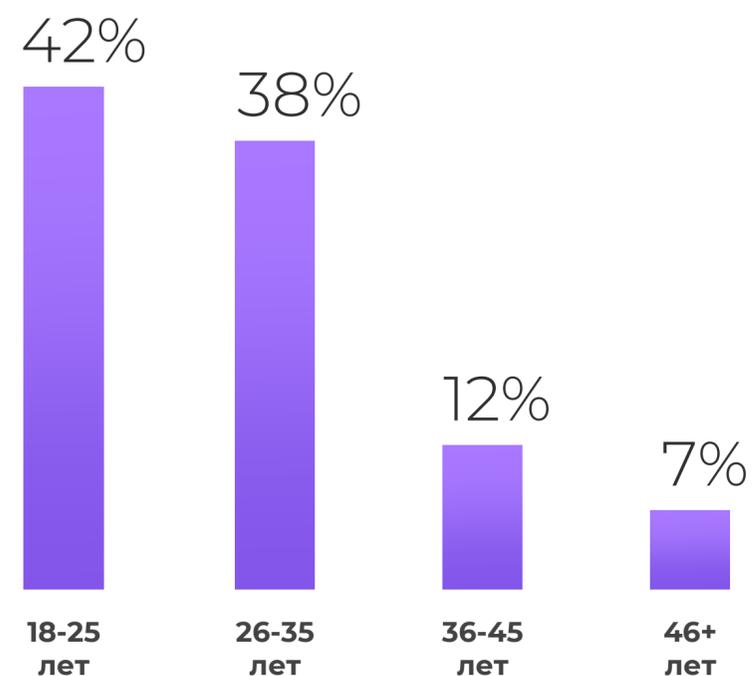
СОЦИАЛЬНО- ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ

Пол



● Женский ● Мужской ● Предпочитаю не указывать / нет подходящего варианта

Возраст



В рамках опроса основную долю информантов составили женщины (67%), доля мужчин составила 31%. Большинство респондентов входят в возрастные группы 18-25 лет (42%) и 26-35 лет (38%), респонденты старше 36 лет составили 19% выборки.



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

Уровень образования



Самозанятые, принявшие участие в опросе, могут быть условно отнесены к среднему классу. В основном это высокообразованные люди (доля людей с высшим образованием составляет 68%) с высоким материальным достатком: 48% могут позволить себе дорогостоящие приобретения, еще 13% даже покупку автомобиля или дорогостоящий отдых.

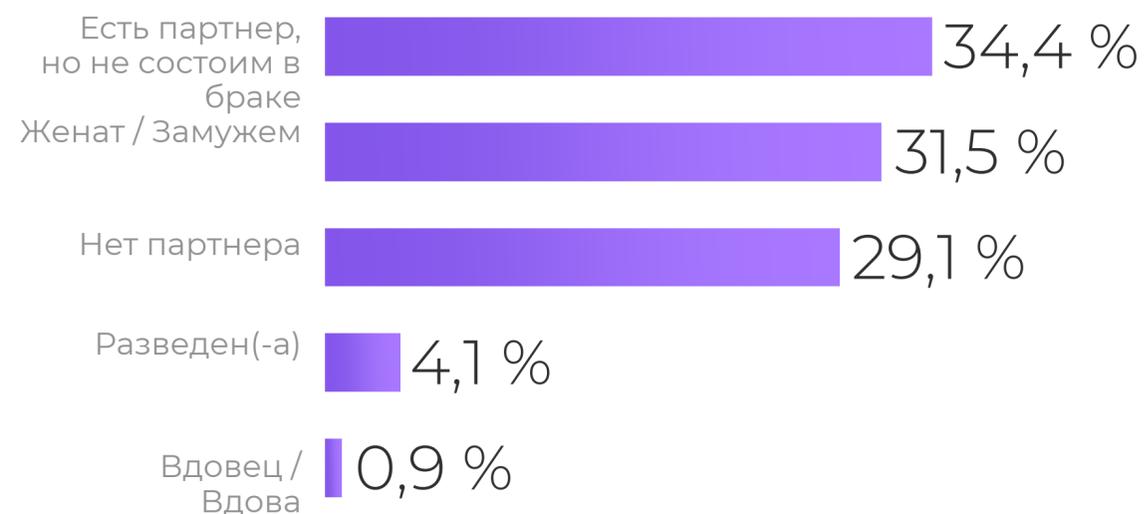
18% респондентов — люди с неполным высшим образованием. Как правило, эту группу составляют нынешние студенты. Доля людей со средним или средним специальным образованием не превышает 14%, а доля тех, кому хватает средств только на ежедневные расходы — 8%.

Материальное положение

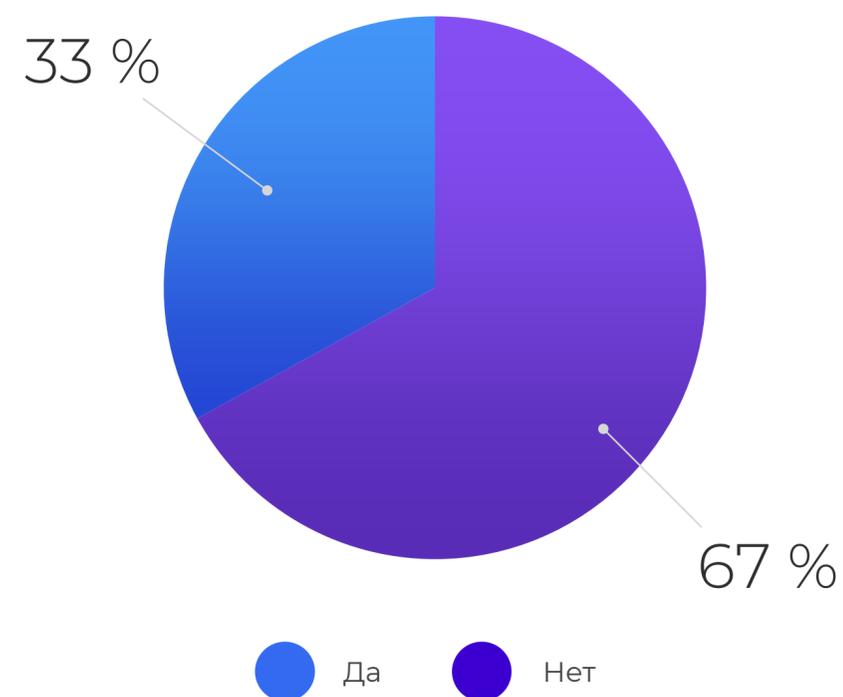


СЕМЬЯ И ЛИЧНАЯ ЖИЗНЬ

Семейное положение



Наличие детей



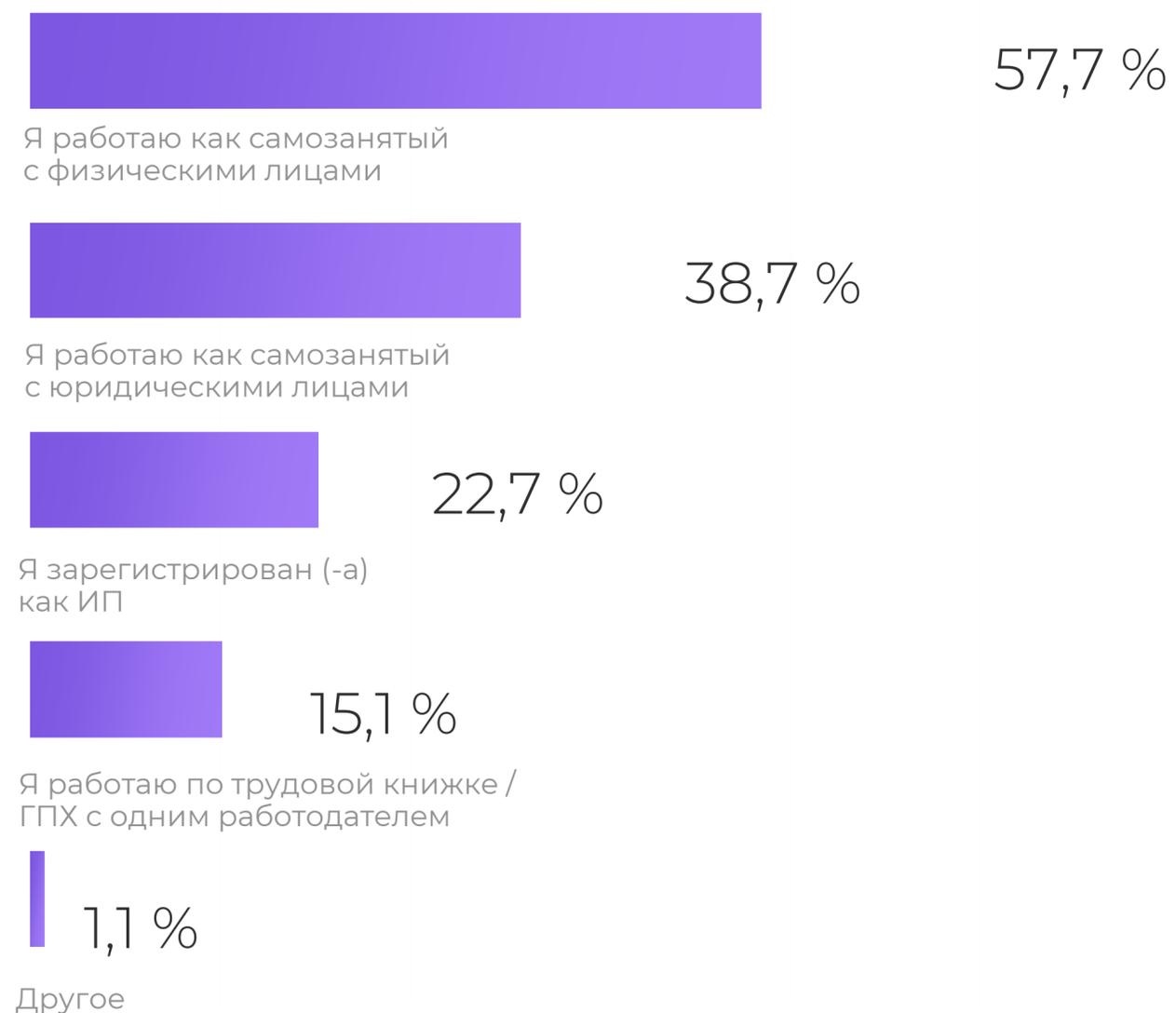
Среди самозанятых высока доля людей, состоящих в незарегистрированных отношениях (34%). 32% состоят в официальном браке, еще 30% не имеют постоянного партнера. 5% респондентов отмечают, что состояли в браке ранее.

Дети есть у трети опрошенных самозанятых.



ЗАНЯТОСТЬ

Укажите, пожалуйста, вашу форму(ы) трудовой занятости?



Абсолютное большинство опрошенных респондентов указали, что имеют статус самозанятого и работают в данном статусе либо с физическими лицами (58%), либо с юрлицами (39%). Чуть меньше четверти респондентов зарегистрированы в качестве ИП и еще 15% среди прочего работают по трудовой книжке с одним работодателем.

Самой распространенной сферой, в которой работают опрошенные самозанятые, является образование (29%), куда относятся частные уроки, различные курсы для детей и взрослых, проведение тренингов и др. 26% респондентов работают в области дизайна и графики, 15% занимаются SMM и копирайтингом. Более 17% респондентов указали, что занимаются рекламой и PR, переводом, журналистикой или фотографией.



Выберите направления, которые соответствуют проектам, выполняемым вами в качестве самозанятого

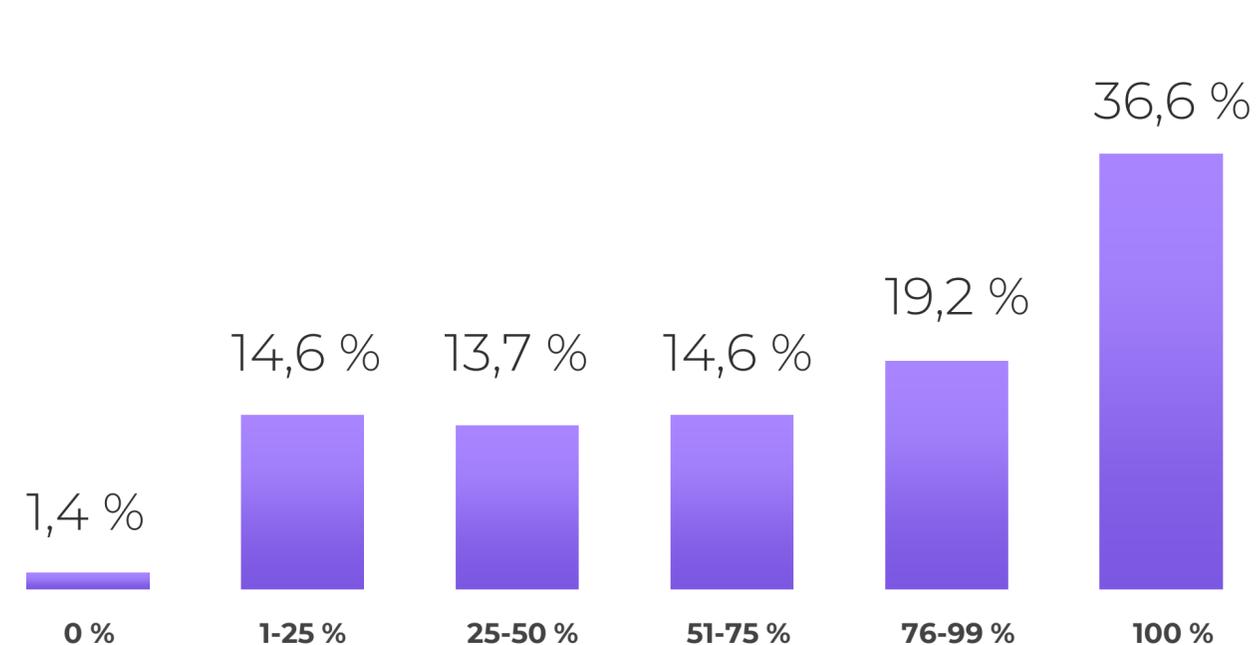
Образование	28,8%
Дизайн / графика	26,3%
Реклама, PR	16,6%
Ведение социальных сетей / копирайтинг	15,4%
Маркетинг	11,2%
Фотография	10,2%
Перевод	8,3%
Журналистика / медиа	7,7%
IT / программирование / разработка и поддержка веб-сайтов	7,5%
Продажи	7,2%
Исследования (маркетинговые, UX и т.п.)	5,2%
Искусство	5,2%

Психология	4,5%
Продакшн: создание и обработка видео и звука	4,4%
Менеджмент	3,9%
Финансы	3,9%
Архитектура	3,2%
Юридические услуги	2,4%
Инжиниринг	1,7%
Актерское мастерство	1,2%
Гостеприимство	1,2%
Здравоохранение	1,0%
Другое	8,0%

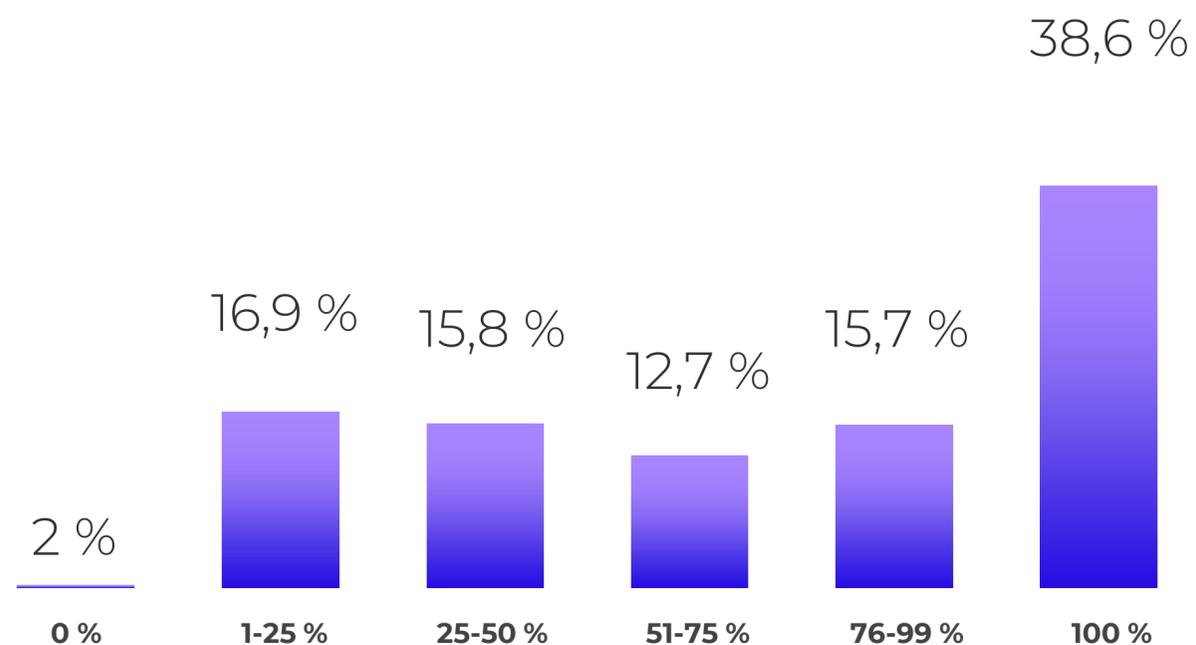


САМОЗАНЯТОСТЬ / ИП

Какой процент вашего ежемесячного дохода в среднем занимает прибыль, которую вы получаете в рамках самозанятости / ИП?



За последние 6 месяцев какую долю вашего рабочего времени занимала работа в качестве самозанятого / ИП?



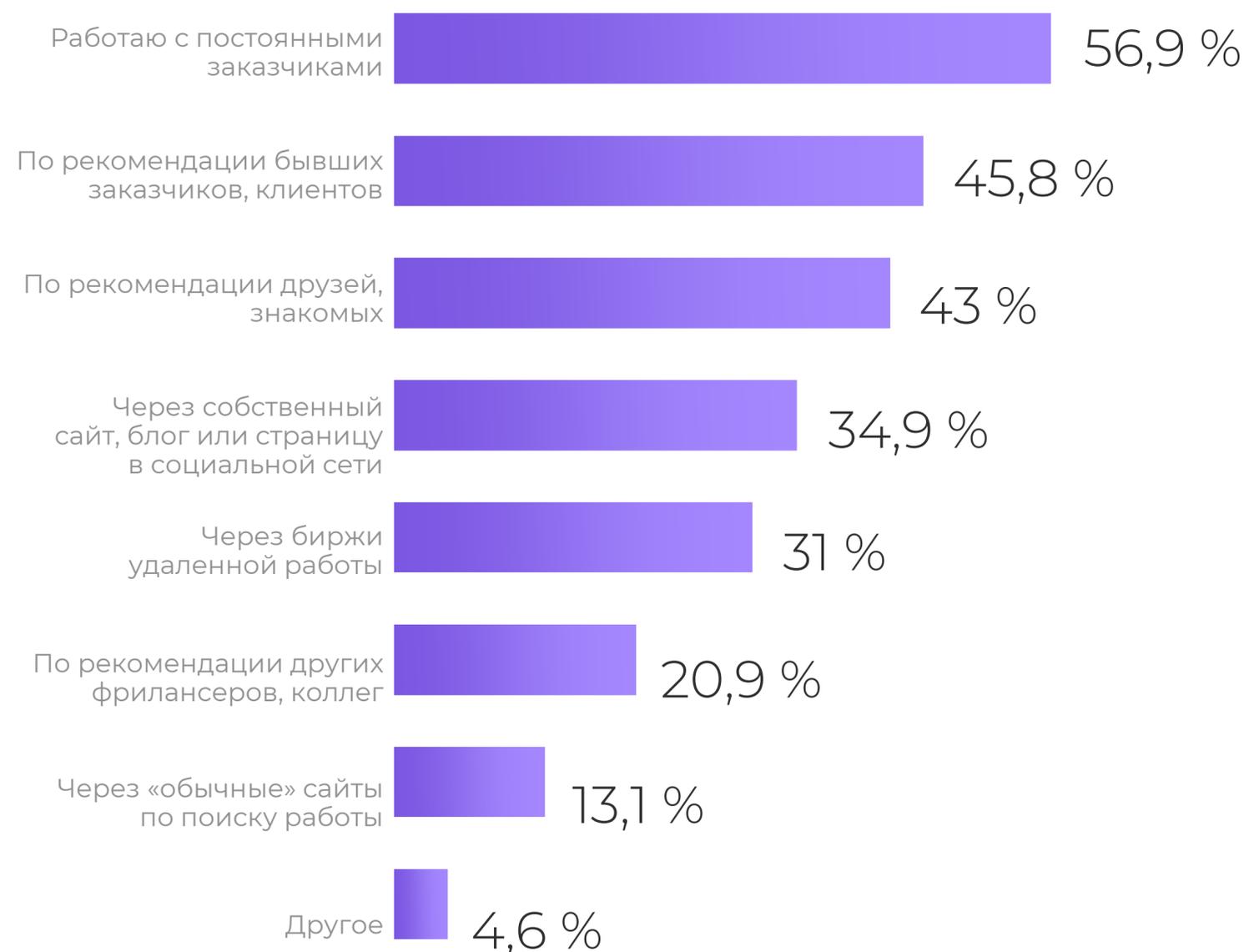
Чуть более трети респондентов указывают на то, что самозанятость или ИП является их единственным источником дохода. Для 70% опрошенных самозанятость или ИП является основным источником дохода.

В целом, $\frac{2}{3}$ опрошенных отмечают, что на проекты в рамках самозанятости и ИП уходит больше половины их рабочего времени. В то же время в выборке есть незначительное число респондентов, зарегистрированных в качестве самозанятых или ИП, однако не получающих от этого никакой прибыли (менее 2%).



ПОИСК КЛИЕНТОВ

Какие способы поиска клиентов вы обычно используете?



Больше половины респондентов предпочитают и имеют возможность работать с постоянными клиентами (57%).

Самым распространенным способом поиска клиентов у опрошенных самозанятых является рекомендация друзей и знакомых (43%) или бывших заказчиков и клиентов (46%).

К рекомендациям коллег обращаются 21% респондентов.

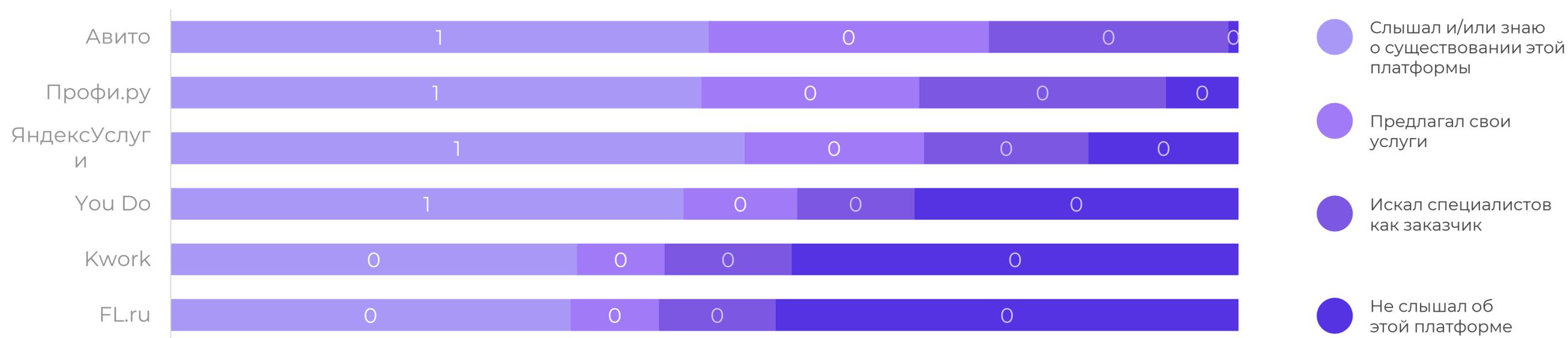
Треть опрошенных в качестве канала продвижения используют собственные сайты, блоги или страницы в социальных сетях.

Чуть меньше (31%) ищут клиентов с помощью бирж удаленной работы для фрилансеров. Относительно других практик поиска клиентов, эта стратегия не может считаться широко распространенной.



ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ О ПЛАТФОРМАХ

Какие из указанных платформ вы знаете, использовали сами в качестве заказчика и / или исполнителя?



Среди платформ и бирж удаленной работы для фрилансеров максимальной известностью пользуются Авито, ЯндексУслуги, Профи.ру. При этом они не так часто выступают в качестве платформ, где респонденты искали заказчиков и предлагали свои услуги (Авито — в 29%, Профи — в 29%, ЯндексУслуги – 18%). Платформу YouDo знают и использовали две трети опрошенных, однако только 12% — для поиска заказов

О существовании платформ Kwork и FL.ru знают около 40% опрошенных, при этом использовали их для поиска клиентов только 12-13%. В качестве других известных платформ назывались как правило либо специальные сайты для поиска учеников (Ваше репетитор, Ассоциация репетиторов) или социальные сети (Телеграмм каналы, Instagram, ВК)

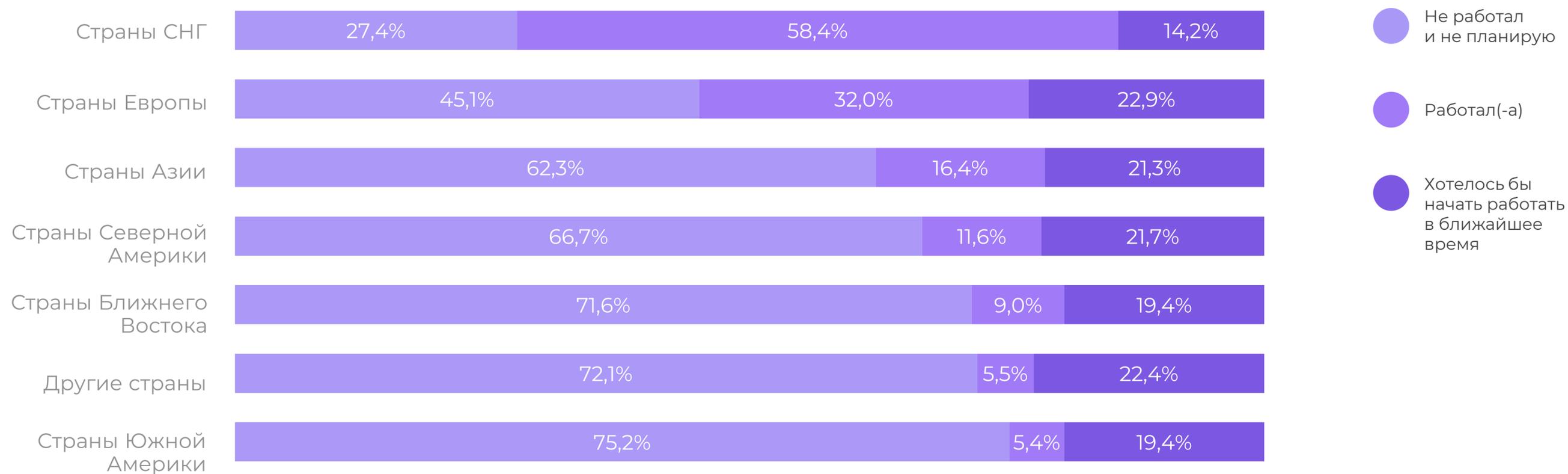


hvertime ProZ Docdoc Doc Workzilla Behance
Город_переводчиков
Ассоциация_репетиторов
Телеграм каналы
Ярмарка_мастеров Upwork
НН Ваш_репетитор
Lalafo Tranzilla
etsy Юла SJ Hrspace REPETIT
A24
Лингвохантер BVP Instagram Text
Textsale Smartcat
Freelance ВК



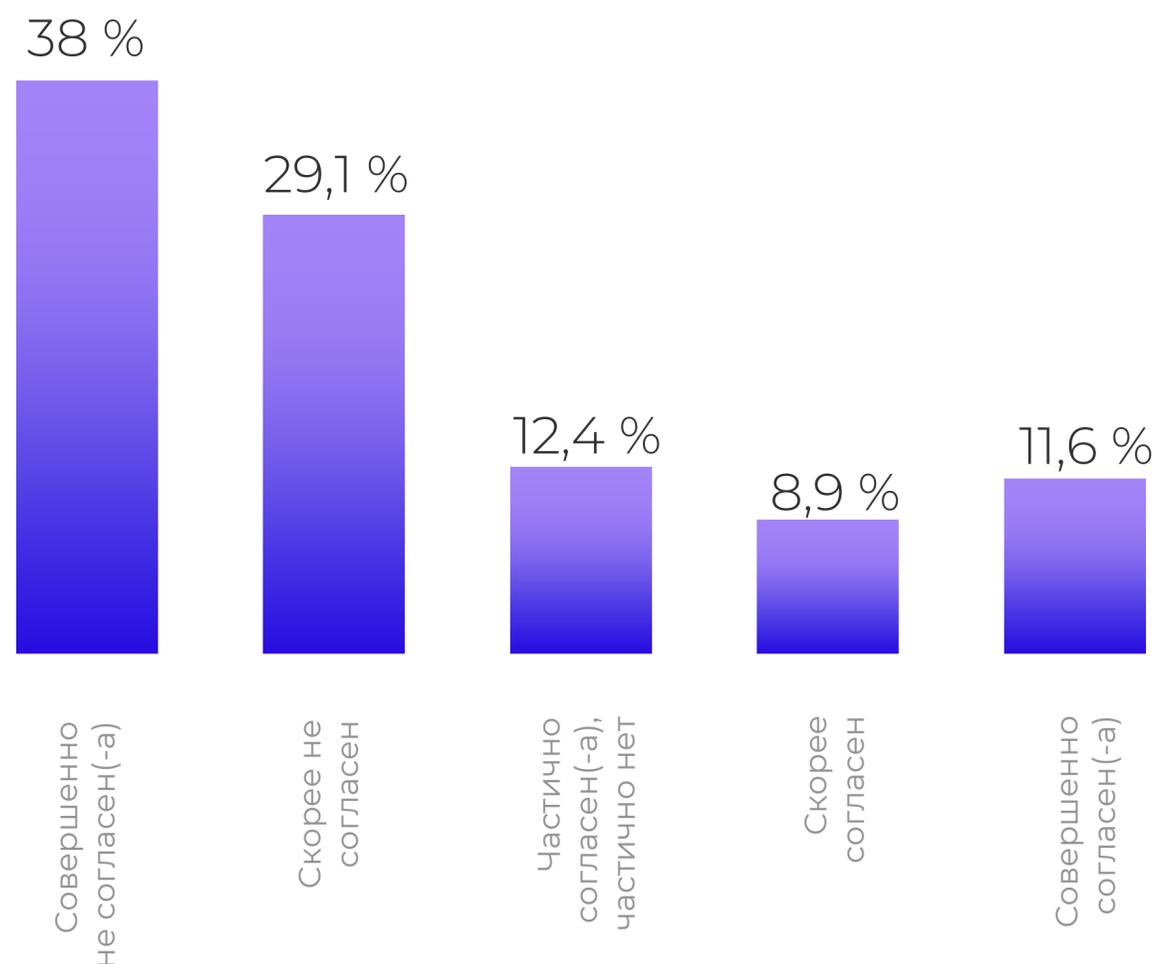
РАБОТА С ИНОСТРАННЫМИ КЛИЕНТАМИ

Есть ли у вас опыт или планы по работе с клиентами из других стран?



РАБОТА С ИНОСТРАННЫМИ КЛИЕНТАМИ

Поиск зарубежных заказчиков на платформах / биржах фриланса НЕ позволит мне повысить уровень моего дохода



В целом, больше половины опрошенных самозанятых имеют опыт работы с клиентами из других стран, в основном из стран СНГ (58%). Треть респондентов говорит о том, что имеет опыт работы с клиентами из стран Европы (32%), а еще шестая часть — из стран Азии (16%). Доля респондентов, которые хотели бы начать работать с иностранными клиентами за пределами стран СНГ, варьируется в интервале от 19% до 23% в зависимости от направления. Наиболее приоритетным направлением выступают страны Европы.

При этом большинством респондентов работа с иностранными заказчиками воспринимается как потенциальный эффективный способ повысить уровень дохода.



ОБЩАЯ ОЦЕНКА ПЛАТФОРМ



Я НЕ могу конкурировать с коллегами и получать интересные для меня заказы на платформах / биржах фриланса



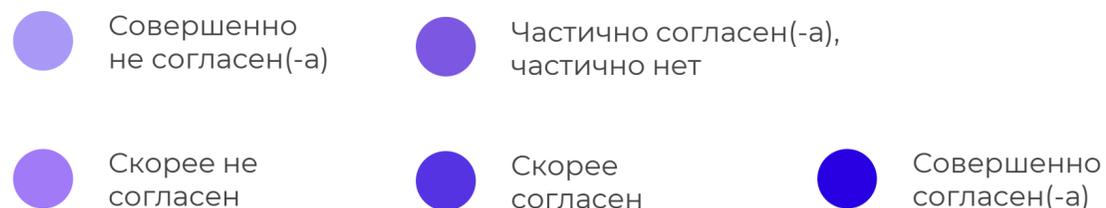
Платформы / биржи фриланса нужны только начинающим специалистам



Платформы / биржи фриланса помогают находить интересных, близких мне по духу клиентов, заказчиков



Платформы / биржи фриланса являются эффективным инструментом для поиска интересных для меня заказов

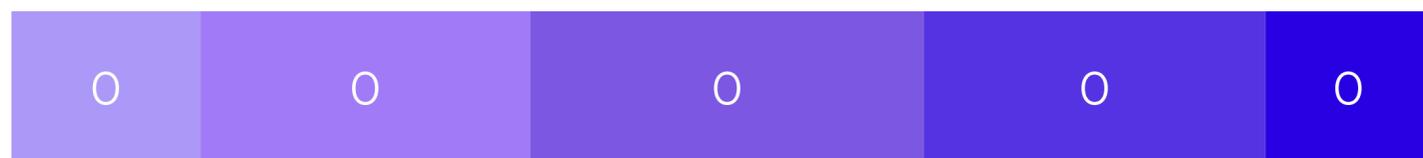


Абсолютное большинство опрошенных самозанятых считают себя достаточно компетентными, чтобы конкурировать на платформах за заказы, и не согласны с тем, что данный способ поиска клиентов подходит больше начинающим специалистам.

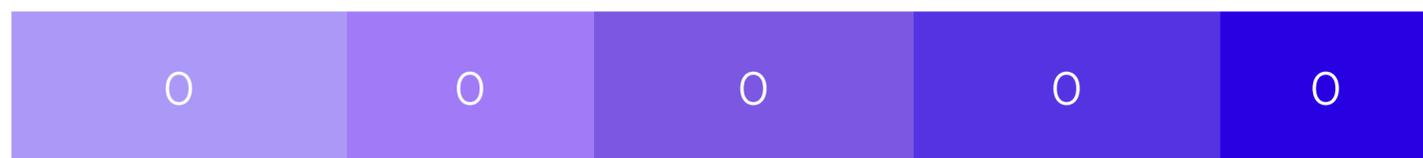
В то же время менее половины согласны с тем, что платформы помогают находить интересных и близких по духу заказчиков (37%), и могут назвать их эффективным способом поиска интересных заказов, что не позволяет считать платформы универсальным способом поиска клиентов. Это во многом может объяснять тот факт, что только треть опрошенных самозанятых прибегают к данной стратегии поиска клиентов.



ОЦЕНКА ПЛАТФОРМ: УДОБСТВО И ФУНКЦИОНАЛ



Большинство платформ / бирж фриланса обладает необходимым функционалом для эффективной коммуникации с потенциальными заказчиками



Мне удобно и комфортно работать с платформами / биржами для поиска клиентов

- Совершенно не согласен(-а)
- Частично согласен(-а), частично нет
- Скорее не согласен
- Скорее согласен
- Совершенно согласен(-а)

Мнение о том, насколько платформы / биржи фриланса обладают необходимым функционалом, разделились примерно поровну: 36% респондентов отметили, что функционала достаточно, столько же не согласны с этой точкой зрения.

Удобство и комфортность работы с платформами для поиска клиентов получило больше негативных отметок (41%). Доля тех самозанятых, кто считает платформы удобными, оказывается достигает только 37%.



ОЦЕНКА ПЛАТФОРМ: ВЫГОДА



Издержки от использования платформ / бирж фриланса
превышают возможные выгоды



Я НЕ могу найти на платформах / биржах фриланса
хорошо оплачиваемые заказы

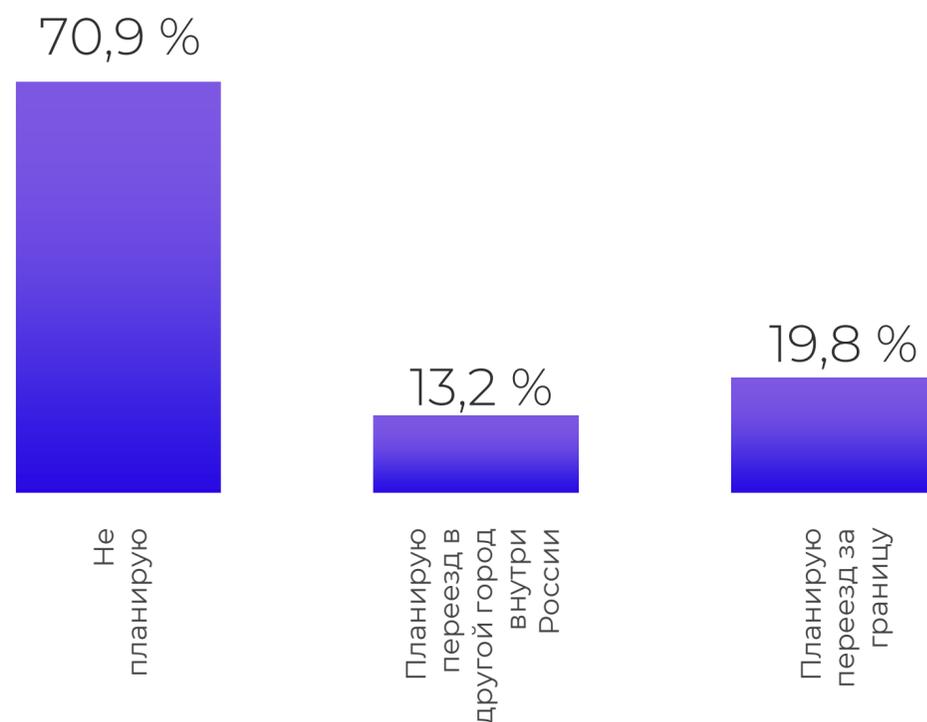
- Совершенно не согласен(-а)
- Частично согласен(-а), частично нет
- Скорее не согласен
- Скорее согласен
- Совершенно согласен(-а)

Респонденты скорее склонны положительно оценивать выгоды от использования платформ, однако ответы нельзя назвать однородными. 28% опрошенных самозанятых указали, что издержки от использования платформы превышают возможные выгоды, а 34% не могут найти на платформах хорошо оплачиваемые заказы, что не позволяет им считать данный инструмент поиска заказов эффективным.

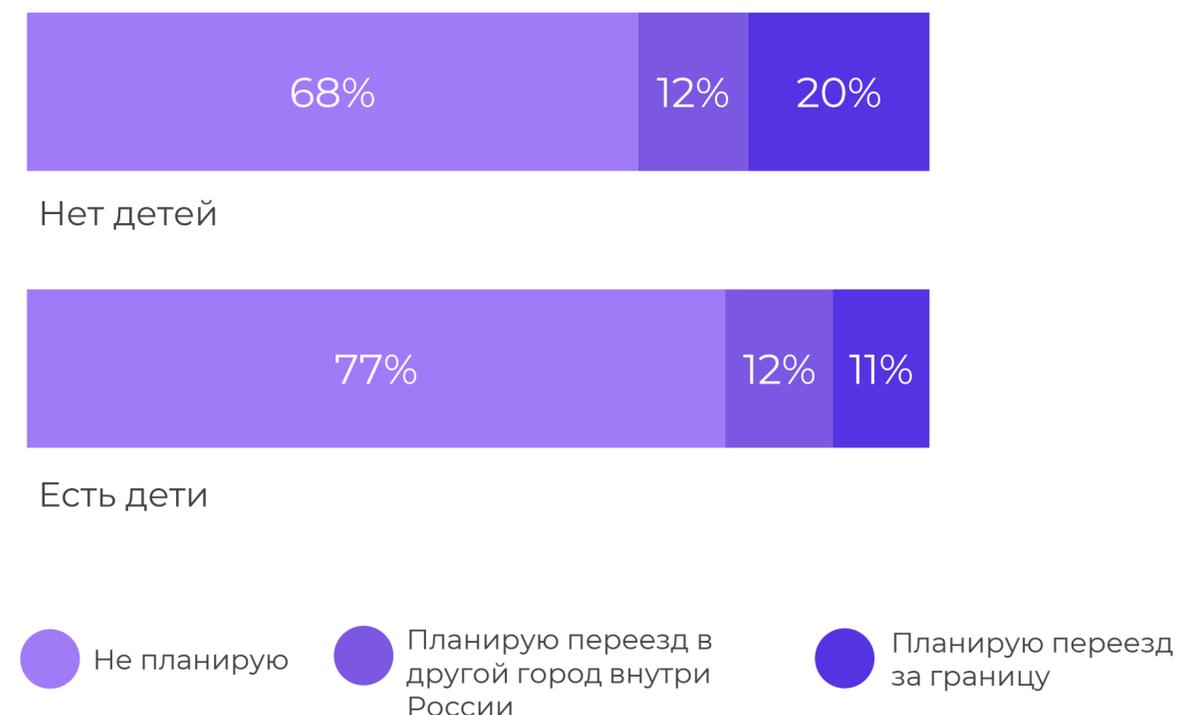


МИГРАЦИОННЫЕ ПЛАНЫ

Планируете ли вы смену места жительства в ближайшие несколько лет?



Миграционные планы / наличие детей



Доля опрошенных самозанятых, планирующих переезд, составляет почти 30%, из них 13% планирует переезд в другой город внутри России, а 20% – за границу. Полученные данные не позволили выявить значимой статистической связи между желанием уехать и профессиональными характеристиками самозанятых, однако миграционные планы непосредственно связаны с наличием у самозанятого детей. Среди тех, у кого есть дети, доля не планирующих переезд оказывается значительно выше (77%), а среди тех, у кого нет детей, значительно выше число желающих уехать за границу (20%).



КЛАСТЕРЫ ПО ВОСПРИЯТИЮ ПЛАТФОРМ

Средний возраст одинаковый



Сторонники платформ

Считают платформы эффективным и удобным инструментом для поиска клиентов

- Выше доля мужчины (38%)
- Чаще предпочитают платформы удаленной работы для фрилансеров (42%)
- Чаще имеют среднее специальное образование (18%)
- Чаще принадлежат к обеспеченным группам (68%)
- Чаще состоят в браке (32%)



Антагонисты платформ

Считают, что использование платформ не несет для них никаких выгод

- Выше доля женщины (72%)
- Чаще предпочитают рекомендации бывших заказчиков и клиентов (51%) и работу с постоянными клиентами (66%)
- Чаще работают по трудовой книжке (19%)
- Чаще планирую переезд за границу (24%)
- Чаще одиноки (37%)



ПРИЛОЖЕНИЕ

		Антагонисты платформ	Сторонники платформ
Q9_1	Платформы / биржи фриланса являются эффективным инструментом для поиска интересных для меня заказов	2,63	3,71
Q9_2	Платформы / биржи фриланса помогают находить интересных, близких мне по духу клиентов, заказчиков	2,48	3,59
Q9_3	Платформы / биржи фриланса нужны только начинающим специалистам	2,86	2,05
Q9_4	Мне удобно и комфортно работать с платформами / биржами для поиска клиентов	2,42	3,46
Q9_5	Большинство платформ / бирж фриланса обладает необходимым функционалом для эффективной коммуникации с потенциальными заказчиками	2,78	3,18
Q9_6	Я НЕ могу найти на платформах / биржах фриланса хорошо оплачиваемые заказы	3,96	1,94
Q9_7	Издержки от использования платформ / бирж фриланса превышают возможные выгоды	3,65	2,08
Q9_8	Я НЕ могу конкурировать с коллегами и получать интересные для меня заказы на платформах / биржах фриланса	3,38	1,81
Q9_9	Поиск зарубежных заказчиков на платформах / биржах фриланса НЕ позволит мне повысить уровень моего дохода	3	1,76



3.

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- К **внешним мотивам** оформления официального статуса самозанятого можно отнести: **инициативу клиента** (чаще всего юридического лица) и опасение возникновения **проблем с налоговыми службами**
- Причиной выбора ИП вместо статуса самозанятого может являться **нежелание заказчика (юридического лица) работать с** подрядчиками в статусе **самозанятого**
- К **внутренним мотивам** оформления статуса самозанятого можно отнести: искреннее **стремление к прозрачности и легализации своей деятельности** и **планирование операций, связанных с подтверждением уровня доходов** (например, оформление ипотеки)
- К **преимуществам самозанятости** респонденты относят **удобство и свободу в организации своей трудовой деятельности**, в частности: отсутствие иерархической организационной структуры, возможность самостоятельно определять темы и количество проектов, свободу в распоряжении своим временем, свободу в передвижении и т.п.



КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- К финансовым преимуществам самозанятости респонденты относят отсутствие финансового потолка, а также «свободу» в определении цен на услуги и низкий уровень налогообложения
- В целом, стоит отметить, что в рамках интервью респонденты **часто воспроизводили нарратив, связанный со «свободой»**, в контексте организации рабочего процесса и отсутствия ощущения внешнего «давления»
- К **недостаткам** самозанятости респонденты относят **отсутствие стабильного дохода, социального пакета и чувства правовой защищённости, возможности коммуницировать и советоваться с коллегами**, а также **ненормированный рабочий график и высокий уровень личной ответственности**.
- К недостаткам индивидуального предпринимательства как формы занятости респонденты относят **высокий уровень налоговой нагрузки**.



КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- Большинство респондентов совмещает работу в статусе самозанятого/ИП с другими источниками заработка. Однако $\frac{2}{3}$ опрошенных отмечают, что на проекты в рамках самозанятости/ИП уходит больше половины их рабочего времени
- Больше половины респондентов предпочитают и имеют возможность работать с постоянными клиентами (57%)
- Самым распространенным способом поиска клиентов у опрошенных является рекомендация друзей и знакомых (43%) или бывших заказчиков и клиентов (46%).
- Стратегия использования онлайн-платформ и бирж для поиска клиентов не может считаться широко распространенной: к ней регулярно обращается только треть опрошенных специалистов
- К **мотивам использования** онлайн-платформ для поисков клиентов и заказчиков респонденты относят: **удобный интерфейс, поддержку биржи в осуществлении поиска заказчиков, наличие бесплатного базового функционала, позитивный опыт использования платформы коллегами**



КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- К **барьерам использования** онлайн-бирж для поиска клиентов можно отнести: **демпинг, обезличенность коммуникации с клиентом, высокий уровень комиссии и отсутствие потока клиента.**
- Политика онлайн-платформ и бирж приводит к обесцениванию интеллектуального труда представителей креативных и интеллектуальных индустрий, а обезличенный формат коммуникации не позволяет найти интересные заказы.
- Только треть опрошенных согласны с тем, что платформы помогают находить интересных и близких по духу заказчиков, **меньше половины могут назвать их эффективным способом поиска интересных заказов.**
- По мнению респондентов, **идеальная онлайн-биржа** должна **учитывать специфику предоставляемых услуг, защищать интересы исполнителя, иметь прозрачную систему рейтингования пользователей, бороться с демпингом и иметь бесплатный базовый функционал.**



КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- Идеальная платформа должна **давать возможность познакомиться клиенту с портфолио исполнителя, а исполнителю с запросом клиента.**
- Больше половины опрошенных самозанятых имеют опыт работы с клиентами из других стран.
- Большинство респондентов считают, что работа с иностранными заказчиками является более финансово выгодной.
- Респонденты отмечают, что **за рубежом люди** по-другому относятся к **интеллектуальному и творческому труду, больше его ценят** и поэтому **готовы платить** за такую работу более высокую цену.
- К **барьерам** при **работе с зарубежными заказчиками** можно отнести: **сложности проведения оплаты, языковой барьер, демпинг коллег из России и стран СНГ.**
- Пятая часть опрошенных имеет планы по переезду за границу. **Миграционные планы** непосредственно **связаны с наличием детей.** Среди тех, у кого нет детей, значимо выше число желающих уехать за границу.



КОНТАКТЫ



Людмила Запорожцева

lzaporozhtseva@hse.ru

Руководитель Центра
исследований рынка
в коммуникациях



Екатерина Ткачева

Eatkacheva@hse.ru

Менеджер

hse.ru