

**Национальный исследовательский университет – Высшая школа экономики**

Факультет социологии

Кафедра экономической социологии

Магистерская диссертация

Проблемы координации и доверия на электронных рынках услуг

Лагун Станислав

[\(st.lagun@gmail.com\)](mailto:st.lagun@gmail.com)

*Научный руководитель:*

к.э.н., доцент кафедры экономической социологии

А.В. Шевчук

Москва 2010

## Оглавление

Введение.....	4
Глава 1. Теоретическая основа исследования.....	6
К определению понятий.....	6
Электронные рынки.....	13
E-commerce – формирование нового поля взаимодействий.....	13
Электронные рынки и сетевые инфраструктуры.....	15
Электронные рынки сферы занятости (рынок труда).....	20
Электронные рынки услуг и биржи удаленной работы.....	22
Электронный фриланс как новый рынок услуг.....	26
Глава 2. Методология исследования.....	30
Объект и предмет.....	30
Цель и задачи.....	30
Гипотезы.....	30
Характеристика выборки и метода сбора данных.....	32
Операционализация основных понятий.....	39
Характеристика методов анализа данных.....	42
Глава 3. Описание эмпирических результатов.....	47
Механизмы поиска контрагентов и их поисковые издержки.....	47
Проблема анонимности и асимметрия информации.....	52
Проблема неформальности взаимоотношений и механизмы обеспечения обязательств.....	58
Стандартизация и формализация взаимоотношений. Координация рабочего процесса между контрагентами.....	64
Репутационные системы как воплощения символического и социального капитала.....	72
Глава 4. Практические рекомендации, направленные на улучшение координации и повышение общего уровня доверия между участниками рынков.....	75
Заключение.....	79
Библиография.....	83
Приложение.....	85

## Введение

Переход современного общества от индустриальной эпохи к постиндустриальной сопровождался всеобщим процессом дестандартизации, и в этот момент стал меняться практически весь экономический уклад общества, в том числе и структура занятости и трудовых взаимоотношений. Полная стандартизация занятости и трудовых процессов начала сменяться новыми более гибкими формами, хотя и нестандартные формы занятости существовали и до этого периода, однако именно в это время начали происходить кардинальные изменения, носящие качественно массовый характер.

Более того, к глобальному процессу дестандартизации в качестве катализатора добавилось интенсивное развитие современных информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), которое коснулось почти каждой сферы нашей жизни. Наш труд и занятость не стали этому исключением: так, развитие глобальной сети Интернет способствует изменениям традиционной формы трудовых процессов, но ещё чаще создаёт возможности для создания новых форм деловых отношений.

Одной из самых ярких из новообразованных форм деловых взаимоотношений, появившихся в результате подобных влияний, является фриланс<sup>1</sup> в глобальной сети Интернет или просто – «электронный фриланс». Как отмечено выше, с развитием компьютерных технологий и удешевлением средств телекоммуникации, появляются новые возможности, и сфера нестандартной занятости становится доступной для большего круга профессий, чем ранее.

Таким образом, с революционным развитием ИКТ связаны два ключевых изменения:

1. «Традиционные» профессии фрилансеров (адвокаты, юристы, писатели, журналисты и т.д.) получили новые возможности для коммуникации и организации деловых отношений со своими заказчиками;
2. Выделяется особая категория фрилансеров, которая ведёт свою профессиональную деятельность преимущественно в глобальной сети Интернет (разработчики веб-сайтов, программисты, веб-дизайнеры и др). Они используют компьютер как своё основное средство производства и переработки информации.

Ключевым моментом в электронном фрилансе является факт того, что заказчик и исполнитель не встречаются друг с другом лицом к лицу - коммуникация происходит удалённо, а так же то, что результаты работы исполнителя могут быть переданы в электронном виде по средствам развитых информационных технологий. Именно таких «работников нового поколения» американский исследователь Томас Малоун назвал «е-

---

<sup>1</sup> Данная форма «самозанятости» предполагает активную трудовую деятельности в рамках определенной профессии (или даже специализации) и продажу своих профессиональных навыков на рынке услуг путем выполнения работы (заказа) на условиях временного найма вне штата формальной организации.

lancers» или «электронными фрилансерами».

### **Проблемная ситуация**

Многие организации по всему миру уже давно активно используют электронные рынки услуг<sup>2</sup> в различных целях, и в первую очередь в целях экономии на содержании собственных штатных сотрудников и связанных с этим издержками, т.е. фактически прибегая к аутсорсингу.<sup>3</sup> Этот вопрос на данный момент наиболее актуальный для российских компаний в условиях жёсткой экономии, в том числе на содержании персонала организации. Возможно, предположить, что в данный посткризисный период многие компании станут ещё активнее прибегать к услугам фрилансеров на электронных рынках.

С другой стороны, многие штатные сотрудники, сокращённые по причине ограничения бюджетов компаний на персонал, остаются на данный момент безработными. Многие из них могут продолжать свою трудовую деятельность в качестве внештатных сотрудников, выполняющих определённые задачи на временной основе, т.е. фактически стать фрилансерами в период поиска или практически полного отсутствия требуемых вакансий на рынке труда.

Таким образом, электронные рынки услуг выступают в качестве буферной зоны для снижения экономических рисков как компаний, которые имеют возможность сэкономить и оптимизировать свои затраты на персонал, так и профессионалов, которые диверсифицируют собственные источники занятости.

Помимо большого количества положительных моментов, как для заказчиков, так и для исполнителей на электронных рынках услуг возникают свои проблемы. Большинство проблемных зон на электронных рынках услуг связано с особенностями этого рынка в целом. Во-первых, как мы уже отметили, эти рынки оперируют в сети Интернет, и для них свойственны те же проблемы коммуникации, построения доверительных отношений контрагентов, репутации и анонимности его участников, как для всей глобальной сети в целом. Во-вторых, эти рынки, как правило, основываются на неформальных договорённостях, а не на контрактных отношениях, - именно по этой причине особенно остро возникает проблема оппортунистических действий со стороны взаимодействующих агентов. Более того, также возникает вопрос контроля непосредственного процесса взаимодействия, т.к. участники не встречаются лицом к лицу и действуют в краткосрочных деловых отношениях. Из этого следует проблема координации взаимодействия между

---

<sup>2</sup> «Электронные рынки услуг» как правило, возникают спонтанно в сети Интернет. Основным называются специализированные Интернет-ресурсы, где происходит взаимодействия между участниками рынка в сети Интернет. Сетевые инфраструктуры, на основе которых формируется рынок электронного фриланса.

<sup>3</sup> Аутсорсинг – 1. Работа, выполняемая для компании исполнителем, не являющимся сотрудником компании; 2. Процесс, при котором организация передаёт поставщику услуг управление каким-либо бизнес процессом.

участниками электронных рынков услуг в ситуации неопределённости. Именно такие проблемы взаимоотношений между участниками на электронных рынках и станут предметом для рассмотрения и изучения в настоящей работе.

Стоит отметить, что многие исследователи задаются вопросом: «Что такое рынок, как он функционирует и формируется?». В нашей ситуации мы можем наблюдать процесс образования и становления совершенно нового рынка «независимых работников», а также формирование новых отношений между заказчиками и их исполнителями. Подобные новые рынки возникают спонтанно во многих странах, но в условиях особенностей сети Интернет, их границы во многом являются размытыми и весьма нечёткими. Мы можем проследить на этом примере, каким образом возникают институты этого нового рынка услуг, как на нём формируются общепринятые правила взаимодействий и санкций, которые направлены на решения упомянутых выше проблем на рынке. Более того, на этом молодом рынке отношения между участниками встроены в социальные сети<sup>4</sup>. По этой причине, есть основания полагать, что во многом возникает проблема отношений между социальными сетями и рыночной атомизацией действий участников, заключающаяся в том, что необходимая для взаимодействий информация циркулирует как «внутри сетей», так и на открытом рынке. Таким образом, мы говорим о том, что взаимоотношения агентов на рынке встроены в социальные сети. Однако возникают следующие вопросы: «Что является причиной тому и насколько сильно влияние и преобладание сетей на электронных рынках услуг? Наличие социальных сетей — это есть результат неразвитости рыночных институтов, которые не могут обеспечивать нормальное взаимодействие участников рынка, или это особый «инструмент» взаимодействий, который существует отдельно от них? Какие рыночные механизмы или свойства сетей решают проблемы доверия между участниками рынка и координируют их взаимодействие, компенсируя «пробелы» рынка?».

## **Глава 1. Теоретическая основа исследования**

### ***К определению понятий***

В нашей работе мы используем ряд основных понятий, которые возможно требуют дополнительных интерпретаций.

Одним из ключевых и наиболее сложных понятий в данной работе, как это не странно, является понятие «**фрилансер**». Кто такой фрилансер и кто такой традиционный работник? Чем они отличаются друг от друга?

Термин «фрилансер» (freelancer) широко распространен в среде самозанятых

<sup>4</sup> Стребков Д.О. Шевчука А.В. Фрилансеры на электронных рынках: роль социальных связей. Экономическая социология. Ноябрь 2009 (Т. 10. № 5). стр. 11-32.

профессиональных работников, являясь профессиональным жаргоном, о чем говорит в частности его присутствие в названиях десятков Интернет-сайтов (в том числе, посвященных поиску работы), различных ассоциаций и даже профсоюзов. При этом он довольно редко используется в научной литературе, а встречается в основном в текстах более популярного характера. Прежде всего, это объясняется ограниченным вниманием исследователей к категории работников, идентифицирующих себя подобным образом, и как следствие – недостаточной разработанностью самого понятия. Тем не менее, термин «фрилансер» имеет все основания для того, чтобы закрепиться как научная категория, если будет соответствующим образом конкретизирован, что позволит использовать его для описания определенных реалий хозяйственной жизни.

Работа на определенного работодателя за установленную заработную плату или оклад на длительный срок – в 19 веке такая форма занятости была доминирующей. Развитие современных профессий и становление индустриального общества с его повсеместной стандартизацией, привело к изменению в экономике, в связи с этим появилась необходимость в том, чтобы люди работали полный рабочий день, причем в помещении работодателя, именно тогда хорошо известная сорока часовая рабочая неделя и понятие «карьеры» получили своё самое широкое распространение. И пока в традиционные организации – источники рабочих мест не менялись, другие – альтернативные формы организации труда продолжали развиваться, так, в целом, в отраслях, где от работников требовался полный рабочий день, количество занятых постепенно уменьшалось. Возникла идея о том, что длительные отношения между работодателем и рабочим, основанные на реципрокности, остались в прошлом.<sup>5</sup>

Изначально термин «фрилансер» применялся в средневековье к итальянским и французским наемникам, у которых не было хозяина, однако было оружие и навыки военного дела, которые они продавали любому желающему. Также есть упоминания, что в конце XIX века фрилансерами называли записных кокеток, в 1960-е годы – проституток, не имеющих сутенера или наркоторговцев<sup>6</sup>. По другим данным, многочисленные популярные источники приписывают авторство Вальтеру Скотту, который употребил этот термин в своем романе «Айвенго», хотя очевидно что описываемая реальность существовала гораздо раньше<sup>7</sup>. С XIX века термин обозначает «свободных художников» – независимых журналистов и представителей других творческих профессий.

Строго говоря, понятие «фрилансера» включает в себя три основных утверждения:

1. Фрилансер – это самозанятый работник. Понятие самозантого работника схожа

<sup>5</sup> <http://www.dol.govt.nz/PDFs/Fow-stocktake.PDF> - Future of work overview.

<sup>6</sup> Пинк Д. Нация свободных агентов, Изд: Секрет фирмы, 2005г., С. – 44.

<sup>7</sup> См. <http://en.wikipedia.org/wiki/Freelancer>

с понятием предпринимателя, более того между ними порой бывает едва уловимая разница, а именно тем, что самозанятые реализуют свои товары и услуги на рынке, не имея чёткого фиксированного дохода и зависят от финансового успеха «своего дела». Они обладают значительной степенью автономии, самостоятельно организуют свой труд и рабочее время. Однако работу они, как правило, выполняют индивидуально, не создавая организаций и не привлекая наёмного труда, иногда объединяясь в неформальные (часто временные) команды.

2. Фрилансер – высококвалифицированный профессионал. Это наиболее спорное утверждение, которое необходимо разъяснить. В научных и в популярных текстах, посвященных фрилансу, в качестве фрилансеров, как правило, выступают высококвалифицированные профессионалы. Сам термин «профессионал» здесь употребляется в особом смысле, так в США под «профессиональными, парапрофессиональными и техническими занятиями» (professional, paraprofessional, and technical occupations) понимаются те, что связаны с теоретической и практической деятельностью в таких областях как наука, искусство, образование, право и деловые отношения, где ключевую роль играет высшее образование работника или обучение соответствующего уровня на практике. То есть, профессионалы – это ученые, IT-специалисты, инженеры, архитекторы, аудиторы, юристы, преподаватели, писатели, артисты, врачи, спортсмены и др.<sup>8</sup>

Именно такое разграничение представляется наиболее актуальным в условиях современной информационной экономики, основанной на высококвалифицированном труде в сфере услуг. Таким образом, целесообразно ограничить сферу применения термина «фрилансер» профессиональным трудом в сфере высококвалифицированных услуг. Однако не все авторы, согласны с этим подходом, так например, американский исследователь Д. Пинк причисляет к фрилансерам «водопроводчиков», «укладчиков дорожных покрытий», «владельцев грузовиков», т.е. «представителей почти любых профессий, которые предполагают работу сразу на нескольких клиентов». Есть предположение, что распространение термина «фрилансера» на такой широкий круг работников приводит к его размыванию.

3. Фрилансер – независимый работник. Эта характеристика не менее важна, чем предыдущие две. Фрилансер обладает высоким уровнем независимости и автономии в своей профессиональной деятельности, которые достигаются благодаря работе с широким кругом клиентов (заказчиков). Это существенно отличает фрилансеров от самозанятых работников, в течение длительного времени являющихся работниками одной организации, и таким образом, зависящие от последней (прежде всего финансово).<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> См.: Occupational Employment Statistics. Dictionary of Occupations. U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics. URL: <<http://www.bls.gov>>.

<sup>9</sup> Стребков Д.О., Шевчук А.В. Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые

В дополнение к выделенным особенностям добавить и другие отличительные критерии «фрилансера»:

- Осуществление деятельности систематично в рамках определенной профессии, продажа на рынке собственных профессиональные навыки и умений.
- Занят нефизическим трудом, а связан с производством и обработкой информации;
- Предоставляет исключительно услуги;
- Получает вознаграждение за предоставленные им лично услуги, а не предпринимательскую прибыль;
- Обладает значительным «человеческим капиталом», полученным в ходе формального образования и практической деятельности.

Так, с учетом всех описанных выше критериев мы можем определить фрилансера как независимого профессионала высокой квалификации, который не состоит в штате формальной организаций и не включен в традиционные трудовые отношения, а самостоятельно предоставляет свои собственные возмездные услуги на рынке различным заказчикам.

В России этот термин появился сравнительно недавно, и, может быть именно поэтому, пока он имеет не столь чёткий и определённый смысл как в других странах, где такой тип самозанятых работников весьма распространен. Чаще всего в нашей стране термин фрилансер пока приравнивается к термину «телеработник» или «удаленный сотрудник». Это подразумевает, что работник и работодатель общаются исключительно удаленно, однако это довольно узкое определение фриланса, как нам уже удалось это выяснить.

Не менее часто в нашей работе встречается определение **«электронного фрилансера»**. Разъясним этот термин подробнее. Как мы уже отмечали выше, революционное развитие компьютерных технологий, дало возможность образованию новой категории фрилансеров, которые ведут свою профессиональную деятельность преимущественно в глобальной сети Интернет. Как правило, это разработчики веб-сайтов, программисты, веб-дизайнеры, иллюстраторы, исследователи-маркетологи и др. Фактически, многие из них «создают и работают над сетью Интернет», используя компьютер как своё основное средство производства и переработки информации. Основным же критерием, который объединяет эти различные профессиональные направления и специализации, является то, что заказчику и исполнителю не обязательно встречаться встречаются друг с другом при личной встрече, контрагенты могут и вовсе находиться в разных странах, в разных уголках земного шара, коммуникация происходит удалённо, более того, важным

---

формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров).  
Препринт WP4/2009/03. Серия WP4. Социология рынков. Стр. 8-9.  
(<http://new.hse.ru/C3/C18/preprintsID/default.aspx>)



критерием является также то, что результаты работы исполнителя могут быть переданы в электронном виде по средствам развитых информационных технологий. В основе своей, это специалисты, связанные с развитием сетевого и электронного бизнеса, которые осуществляют деятельность удаленно с использованием Интернета, даже в финансовых расчетах, чаще используется банк или помощь интернет-кошельков<sup>10</sup>.

**Биржа удаленной работы (Service marketplace)** — к этому понятию мы прибегаем в нашей работе не реже, чем к предыдущим двум. Фактически биржа удалённой работы представляет собой профессиональный, специализированный Интернет-ресурс (или веб-платформу) для работы двух типов пользователей:

- *Заказчик* — человека представляющий интересы организации, либо свои собственные индивидуальные интересы, которому необходимы высококвалифицированные навыки и умения фрилансера на определенные временной период;
- *«Электронный фрилансер»*.

В более формализованных, и интегрированных в процессы взаимодействий участников, вариантах электронного рынка услуг, пользователям предоставляется «виртуальное рабочее пространство» для совместной работы. Так биржи удалённой работы действуют на рынке в течение относительно продолжительного времени, создавая правила для взаимодействий между контрагентами в процессе совместной работы. Из самых популярных и «старых» из ныне существующих иностранных бирж наше особое внимание уделено: elance.com (Elance Inc.), guru.com (WebSoft Inc.). Тогда как из российских (или скорее русскоязычных) представителей самых популярных Интернет-ресурсов, мы может отметить: Free-lance.ru, Weblancer.net. К более детальному рассмотрению особенностей бирж удаленной работы мы вернемся ниже в нашей работе.

**Доверие.** В целом, следуя популярным источникам, доверие понимается как открытые, положительные взаимоотношения между людьми, содержащие уверенность в порядочности и доброжелательности другого человека, с которым доверяющий находится в тех или иных отношениях. Доверие может иметь финансовый или личный характер. Финансовое доверие может выражаться в одалживании средств или возложении полномочий по управлению имуществом. Признаком личного доверия служит откровенность, готовность делиться интимной, секретной информацией<sup>11</sup>.

Однако, это довольно общее определение, тогда как на сегодняшний день можно

---

<sup>10</sup> «Фриланс – удаленно, но не бесплатно», портал о фрилансе Kadrof.ru,  
URL: <http://www.kadrof.ru/freelance.shtml>

<sup>11</sup> См. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Доверие>

выделить несколько теорий доверия, по-разному трактующих его происхождение и предлагающих разные способы его изучения и последующего измерения.

С точки зрения экономической теории, основная проблема — это отсутствие полноты информации (или асимметрия информации), которая и является предпосылкой для возникновения доверия. Такая природа доверия, чаще всего рассматривается и применяется в экономических моделях.

Другой подход, уже примерно описанный выше, может рассматривать доверие как личностную характеристику, такая его природа чаще всего рассматривается и применяется в социологии и психологии. Стоит заметить, что в подобном определении «социально-психологической природы» доверия, что является следствием личности индивида, присутствует черта «иррациональности» и «эмоциональности», что делает это определение значительно более трудным объектом изучения и измерения, чем в рассмотренной экономической теории.

Совершенно иной подход к доверию — это институциональное доверие, которое возникает вне личностей и индивидов, как характеристика не человека, но социально-культурной системы.

На данный момент различных типов доверия существует довольно много, наиболее активно обсуждаемые в экономической социологии на данный момент являются два из них — это:

1. «Сетевое доверие», которое возникает между индивидами в образованных ими сетях<sup>12</sup>;
2. «Институциональное доверие», которое рассматривается как доверие к системам и организационным структурам. Очень часто через институциональное доверие транслируется доверие между индивидами, т. е. доверительное отношение одного индивида к другому, за счёт доверия к правилам их взаимодействий/взаимоотношений, и наоборот.

Ожидаемый индивидом исход взаимодействий, который формирует и контролирует его текущее поведение, существует в момент начала взаимодействия только в его воображении и может отличаться от действительных событий, которые разворачиваются в объективной реальности с течением времени — такие обстоятельства формируют ситуацию неопределенности. Во многом, именно в такой ситуации и оказываются участники электронных рынков услуг, которая заключается в том, что существует расхождение между внутренними проекциями и внешними обстоятельствами. Под неопределенностью подразумевается ситуация, порождающая потребность в доверии, и преодолеваемая

---

<sup>12</sup> Барсукова С.Ю. Неформальная экономика. Курс лекций. М.: ГУ-ВШЭ, 2009. Лекция 7.

благодаря доверительным отношениям. Проблема формирования доверия в условиях неопределенности, и в частности недостаточности оснований для формирования доверительных отношений, являются наиболее актуальными из существующих не только на электронных рынках услуг, но и во всей глобальной сети Интернет.

**Координация.** (от лат. со - совместно и ordinatio — упорядочение). Понятие координации весьма широкое, однако в нашей работе мы рассматриваем его под определенным углом, через призму взаимоотношений «электронного фрилансера» и его заказчика на электронном рынке услуг. Так, координация в нашей работе будет определяться как *способность участников рынка обеспечивать согласование и упорядочение взаимодействий и взаимных ожиданий в ходе совместной работы.* Таким образом, определение координации (в том числе ее проблемы) в нашей работе будет рассматриваться через этапы взаимодействий заказчика и фрилансера на электронном рынке услуг, начиная от поисковых и коммуникационных издержек каждого из контрагентов, и заканчивая контролем и согласованием рабочего процесса.

**Контроль.** Термин контроля весьма многозначен, однако в нашей работе он имеет четкое определение в рамках координации хозяйственной деятельности контрагентов на электронных рынках услуг. Под контролем мы будем понимать процессы формирования институтов (и сами институты), а также действия индивидов, которые направлены на управление и упорядочивание процесса взаимодействия между заказчиком и исполнителем на электронном рынке услуг. Так, одна из основных задач, которую решает контроль взаимоотношений между участниками рынка — это соотнесение ожидаемых выгод и качества от взаимодействий с контрагентом и «реально получаемых» результатов.

**Санкции** будут определяться нами как действия контрагентов на рынке электронного фриланса направленные на стимулирование соблюдения договоренностей, норм и обязательств другой стороны. В частности в качестве санкций в работе мы анализируем механизмы обеспечения исполнения обязательств на рынке электронного фриланса.

**Анонимность.** Определение анонимности будет рассматриваться нами как невозможность (или проблема) точности и достоверности генерируемой и получаемой информации о контрагенте на электронном рынке услуг (в частности на бирже удалённой работы), а также образующихся механизмов верификации данных. По причине того, что взаимодействия между заказчиком и электронным фрилансером, происходит преимущественно в удаленном доступе, участники рынка вынуждены опираться как на информацию имеющуюся на биржах удаленной работы, так и на информацию циркулирующую в сетевых образованиях на этом рынке услуг.

**Репутация.** Представляется как непосредственный механизм социального контроля. В нашей

работе основное внимание будет уделено «индивидуальному» понятию репутации, т.е. связанному с отдельным человеком (контрагентом на рынке услуг). В отличие от предшествующего понятия «анонимности», информация об участнике рынка (в понятии репутации), как правило, формируется в процессе его взаимодействия с другими контрагентами на рынке. Источники формирующие «репутацию» индивида, также имеют различный характер, это открытая информация на биржах удаленной работы, такая как оставленные отзывы, положение в системе рейтинга, количество выполненных проектов, портфолио и пр. Более того, репутация в нашей работе рассматривается как накапливаемый символический и социальный капитал<sup>13</sup>.

## **Электронные рынки**

### **Е-commerce – формирование нового поля взаимодействий.**

Интернет довольно прочно вошел в нашу повседневную жизнь, на сегодняшний момент трудно найти сферу, которой «он» еще не коснулся. Наиболее интересные изменения под воздействием глобальной сети начали происходить именно в сфере коммуникаций и в частности экономики и бизнеса. Сфера бизнеса стала одной из первых, которая осознала полезность такого рода сетей и нового информационного пространства. Основные качества сети Интернет, которые привлекли максимальное внимание бизнеса и экономики в целом, стали возможности сокращения транзакционных издержек связи между бизнес-единицами, фактическое «стирание географических пространств», а также возможность аккумуляции и обработки больших потоков информации. Таким образом, в ходе развития взаимодействий между бизнес-структурами в Интернете, на ранних стадиях, стали формироваться электронные связи индивидуальных и корпоративных пользователей, что в последствии и стало базой для создания новой электронной среды. В данной среде, информация стала более доступной чем раньше, и вместе с тем, стала приобретать максимальную значимость.

Подобные тенденции развития в создании электронной бизнес-среды не могли не сказаться на экономике в целом, где ценность материальных ресурсов и активов, все чаще уступают ценностям знаний и информации, и роль Интернета здесь становилась все заметнее. До этого момента, хотя технологии и существовали, но они не играли настолько важной роли в успешности осуществления бизнес процессов, использование компаниями современных коммуникационных технологий стало по настоящему конкурентным преимуществом.

Первоначальные взгляды бизнес среды на Интернет как «средство», постепенно начали

---

<sup>13</sup>Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т.3. № 5. Стр. 65.

изменяться под воздействием все большей популярности и распространения глобальной сети среди рядовых пользователей, так Интернет постепенно начал рассматриваться в качестве «цели». Таким образом, в начале 90-х годов началась активная коммерциализация Интернета, в оборот вошли новые и популярные термины: «электронный бизнес (e-business)», «электронная коммерция (e-commerce)», «электронный маркетинг (e-marketing)», «электронное обучение (e-learning)». Таким образом, Интернет становится одновременно как средством и причиной, так и результатом возникновения этого нового поля для взаимодействия агентов.

Как правило, бизнес модели и принципиальные схемы, которые существуют на данный момент в рамках глобальной сети, повторяют те, которые уже существовали и до распространения Интернета, фактически происходят процессы интеграции знакомых нам схем из «простого» бизнеса в «электронный». Конечно же эти процессы сопровождаются соответствующими изменениями под «нужды и возможности» глобальной сети, где существуют свои особенности, риски и другие проблемы. Например, Интернет-магазин, продажа товаров которого происходит в сети Интернет, т.е. глобальная сеть, является фактически, главным (или единственным) каналом коммуникации, инструментом маркетинга. Тогда как, например, продажа собственных услуг по созданию веб-сайтов независимым удаленным работником (или командой работников) происходит не только с использованием сети Интернет, но и в непосредственной привязки с ним, т.е. предоставляемые им(и) услуги фактически не отделимы от него. Таким образом, мы можем наблюдать различную степень интеграции бизнеса и его отдельных процессов в глобальную сеть.

Тоже самое мы можем отметить и касательно моделей взаимодействия в электронной бизнес-среде, которые постепенно входили в оборот сети Интернет со своими изменениями и особенностями. Некоторые из представленных ниже моделей получили свое развитие именно в рамках оперирования в глобальной сети Интернет. Условно эти модели можно разделить следующим образом:

- Бизнес — Бизнес (B2B) — основными действующими субъектами взаимных операций здесь выступают юридические лица (организации или компании), которые осуществляют продажу товаров и услуг друг другу, т.е. клиентом в данной модели является другой бизнес;
- Бизнес — Потребитель (B2C) — в качестве продавца товара или услуги в данной модели выступает юридическое лицо (организация или компания), в качестве клиента - физическое лицо или домохозяйство;
- Потребитель — Потребитель (C2C) — здесь продавцом и покупателями товаров или

услуги выступают сами потребители, таким образом они взаимодействуют друг с другом напрямую. Примером подобного взаимодействия можно считать различные электронные торговые площадки и аукционы;

- Потребитель — Бизнес (C2B) – эта модель взаимодействия наиболее нова и интересна, т.к. как правило она подразумевает оказание услуг физическим лицом (или группой лиц, но не организацией) для юридического лица, реже продажу товаров. Подобная форма взаимодействия, наряду с B2B, B2C и C2C, в полной мере становится возможной и получает свое развитие именно на электронных рынках услуг, где независимые работники имеют возможность взаимодействовать с компаниями и организациями, предоставляя последним свои профессиональные услуги.
- Государство — Бизнес + Потребитель (G2E) - государственные органы и административные структуры предоставляют юридическим лицам и гражданам необходимые услуги и информацию. Другое название этой же модели e-government - электронные государственные системы, т.е. организация государственного управления на основе электронных средств обработки, передачи и распространения информации, предоставление услуг государственных органов электронными средствами;
- Бизнес — Государство — взаимодействие бизнес организаций и государственных структур, международных организаций.

Подобная классификация моделей взаимодействия весьма условна, проводя такое деление мы можем получить более полную картину структуры, в действительности же эти модели могут иметь гораздо более сложные схемы, более того функционирование этих моделей требует особых организационных решений.

Именно такими организационными решениями и сетевыми инфраструктурами можно считать электронные торговые площадки, на которых происходит сосредоточение игроков их взаимодействие, а также аккумуляция необходимой для этого взаимодействия информации.

### **Электронные рынки и сетевые инфраструктуры**

Электронные рынки, в целом — это взаимодействие двух субъектов: продавца и покупателя товаров или услуг, в рамках электронной системы (веб-сайта) в сети Интернет. В настоящий момент электронные рынки продолжают находиться в стадии бурного роста и развития. Практически для каждой сферы электронной бизнес среды может найтись свой тип организации сетевой инфраструктуры рынка, с собственной моделью организации, особенностью управления, однако принципы их работы, во многом, остаются общими, к ним мы вернемся ниже.

Условно каждый из существующих на данный момент электронных рынков можно разделить по типу продаваемого блага:

- Для продажи товаров существуют множество электронных рынков представляющих собой различные торгово-аукционные системы;
- Для продажи услуг существуют и развиваются электронные рынки услуг со своими сетевыми инфраструктурами, которые представляют собой справочно-тендерные системы взаимодействий;

Более того, электронные рынки получают развитие также и в двух основных направлениях: 1. Ориентация на отраслевые процессы; 2. Ориентация на межотраслевые процессы. Таким образом, образуется соответственно либо вертикальная модель электронного рынка, либо её горизонтальный вариант. Горизонтальный вариант модели электронного рынка можно считать и вовсе уникальным, т.к. он охватывает разные сферы, предлагая решения по автоматизации бизнес-процессов: финансовый учет, логистика, работы с кадрами и т.д.

Также стоит заметить, что создаваемые сетевые образования можно разделять на несколько основных типов, в зависимости от того, кто является его создателем и управленцем, а именно:

- Контролируемые покупателями или продавцами. Как правило, этот тип является вертикальной моделью, т.к. создаются они одной или несколькими крупнейшими компаниями для привлечения множества поставщиков или клиентов в целях расширения торговых контактов или сети поставок. Так например, крупнейшие отраслевые игроки рынка автопрома Ford и General Motors самостоятельно создавали подобные инфраструктуры для оптимизации своей сети поставок, затем, через некоторое время осознав преимущества подобных Интернет-систем, создали совместно общепромышленную платформу автопроизводителей и их поставщиков. Как мы видим, возникновение таких сетевых инфраструктур зависит от степени влияния на отдельно взятую отрасль конкретного игрока или небольшой группы влиятельных покупателей/продавцов.
- Интернет-системы созданные третьей стороной, которая непосредственно может быть не связана с данной бизнес сферой, но имеет четкие представления, хорошо ориентируется и понимает её детальные потребности и возможности. Весьма важным моментом, является тот факт, что организаторы этих Интернет-порталов, как правило, занимают нейтральную позицию, с которой значительно проще объединить

между собой конкурирующих игроков. Данный тип структуры, чаще всего (но далеко не всегда) является горизонтальной моделью. Создаются подобные веб-платформы с целью объединить большое количество продавцов и покупателей. Именно такая модель, представляет для нас наибольший исследовательский интерес, т.к. на них сосредотачивается одновременно как большое число продавцов товаров и услуг так и их покупателей, именно они в полной мере могут отражать принцип множественности игроков рынка.

Вне зависимости от модели сетевой инфраструктуры рынка или ее типа, мы можем выделить его организационные особенности, которые заключаются в механизмах (или даже моделях) реализации взаимоотношений, коммуникационных и информационных потоков между продавцом товара или услуги и его покупателем:

- Он-лайн каталог/справочник. Наиболее простая форма сетевой организации. В данной организационной форме структура представляет собой широкую базу данных, которая организована таким образом, чтобы иметь возможность поиска и анализа представленного объема информации. В основном, подобные веб-системы предоставляют справочно-контактные сведения для дальнейших взаимодействий между участниками электронного рынка.
- Он-лайн биржа. Данная форма сетевой организации весьма популярна, и заключается в том, что цена на товары или услуги, по сути, выстраивается из общерыночного спроса и предложения. Отличительной особенностью Интернет-биржи является то, что в данной организационной форме появляется статистика и история работы/взаимодействия игроков, что является немаловажной информацией в формировании профессиональной репутации участника рынка.
- Аукцион. Особенность данной формы организации является то, что формирование цены на товары или услуги происходит не за счет «баланса спроса и предложения», а в процессе отдельно взятого элемента торга между конкретным продавцом и покупателем. Здесь также отличительной особенностью является привязка к конкретному участнику электронного рынка его истории и статистики профессиональных взаимодействий, благодаря которым происходит взаимная оценка игроков и установление различной степени первоначального доверительного отношения, этот вопрос мы рассмотрим ниже в нашей работе более подробно.
- Сообщество. Данная сетевая организация заключается в концентрировании игроков на базе общих профессиональных интересов, как правило, в данных веб-системах происходит аккумуляция тематической информации, коммуникация между его участниками (в том числе обмен опытом и формирование профессиональных сетей).

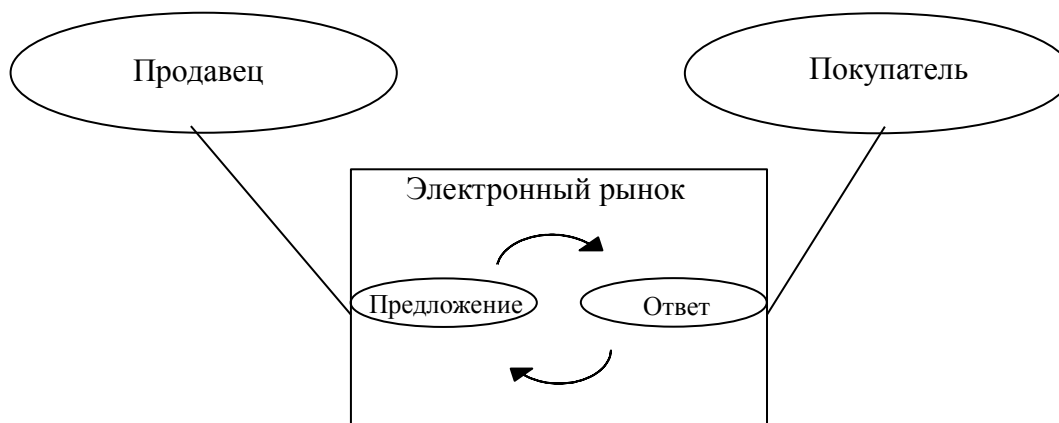


Представленные и описанные формы организаций сетевых инфраструктур рынка, по своей сути, являются «идеальными типами», и в «чистом виде» на данный период присутствуют крайне редко. На сегодняшний момент подобные Веб-платформы на электронном рынке сочетают в себе одновременно несколько подобных форм, например, самыми распространенным<sup>14</sup> является сочетание в единой веб-системе «сообщества» и «он-лайн каталога», т.е. происходит не только сбор базы данных по товарам или услугам конкретных участников и возможность ее обработки и анализа, но и коммуникация между игроками в рамках одной системы.

Большинство из ныне существующих, крупных и популярных Интернет-порталов на электронном рынке прошли долгий путь «эволюции» от более простых форм организации к более сложным, и на данный момент представляют совокупность этих форм в различном сочетании и концентрации. Многие из них прекращали свое существование по причине не соответствия требованиям или не готовности конкретной бизнес-среды, однако, те из них, которые «выжили» в данном процессе, претерпели множество изменений со своего первоначального состояния, близкого к одному из описанных выше типов, на протяжении всего времени своего существования подстраиваясь под особенности своих участников и рынка в целом.

В зависимости от разработанности механизмов веб-систем рынка его участники взаимодействуют друг с другом с различной степенью формализованности, однако, общий принцип остаётся неизменным: продавец товара, услуги (или информации) делает своё публичное предложение, которое становится доступным к рассмотрению и ответам потенциальным покупателям, далее происходит процесс переговоров и последующие взаимодействия.

*Рис. 1. Взаимодействие на электронном рынке.*



Рассматривая сетевые инфраструктуры на рынке с другой стороны, каждую из них мы можем

<sup>14</sup> По причине простоты своего создания и организации, в первую очередь, с технической точки зрения.

определить по трем основным показателям, которые могут ярко отражать ее отличия от других:

- Количество участников (игроков). Большинство Интернет-систем в форме открытого аукциона, например, eBay ([www.ebay.com](http://www.ebay.com)), существуют за счет очень большого числа участников. Игроки приходят на этот рынок со знанием того, что число участников на нем достаточно велико для возможности выбора, достаточно даже для того, чтобы сформировать динамику цен в определенном сегменте. С другой стороны, существуют закрытые аукционы, доступ участников на который ограничивается сознательно (часто это отраслевые электронные рынки, но не всегда) для того, чтобы отбирать продавцов или покупателей особым тщательным образом, при этом гарантируя качество товаров, сервиса или оказываемых услуг. Более того, такие ограничения часто вводятся для того, чтобы избежать демпинга ценообразования на товары или услуги, особенно это становится актуально для международных электронных рынков.
- Широта охвата товаров или услуг предлагаемых на электронном рынке. На примере того же общеизвестного аукциона eBay, мы можем наблюдать максимальную привлекательность подобной формы Интернет-системы как аукцион для продавцов и покупателей, т.к. ассортимент товаров продаваемых на нем максимально широк, также как и число индивидуальных участников. С другой стороны, сетевые инфраструктуры на рынке, которые оптимизированы для конкретной отрасли или вовсе отдельно взятого сегмента, как правило, имеют более детально проработанные схемы работы с ключевыми продавцами или покупателями. Та же принципиальная стратегия расширенного спектра или фокусировка на определенных профессиональных специализациях справедлива и для сферы оказания услуг.
- Третьим, немаловажным показателем, является степень формализованности взаимодействий между участниками в веб-платформе. Как правило, наименьшей степенью формализованности обладают самые простые формы их организации — например, «он-лайн каталоги», т.к. в них содержится исключительно аккумулированная база данных, которую можно подвергнуть не сложному анализу и поиску необходимой информации, остальные «этапы» взаимодействия между участниками происходят «вне» системы этих Интернет сайтов. Веб-системы с высокой степенью формализации взаимодействий между ее участниками, как правило, четко прослеживают каждый «шаг» взаимоотношений включенный в бизнес-процесс будь то процесс переговоров, финансовый расчет или совместная работа над проектом (он-лайн чат или система документооборота).

## **Электронные рынки сферы занятости (рынок труда)**

Как мы уже отмечали выше, трудно найти сферу, которой не коснулась глобальная сеть Интернет, более того сферу электронной бизнес-среды, где не оперирует хотя бы один электронный рынок, и сфера занятости (рынок труда) не стал тому исключением.

Эволюция интеграции и проникновения глобальной сети в сферу занятости прослеживается также четко, как и во многих других средах экономики, фактически, их можно включить в одну концепцию. Стоит заметить, что выгодные возможности для коммуникации между участниками, т.е. фактически поиск работы и работника, в общем виде, были осознаны с самого начала эпохи массового распространения сети Интернет.

В первую очередь, появились обобщенные сетевые инфраструктуры рынка труда в виде «он-лайн каталогов», базы данных открытых вакансий от компаний/организаций и резюме от соискателей. Подобные Интернет сайты сферы занятости<sup>15</sup> появлялись в России в начале 90-х годов, многие из них с успехом действуют и в настоящее время. Как и большинство других «рекрутинговых порталов», подобные электронные базы данных (каталоги) претерпевали множество изменений, реагируя на изменения в сфере занятости, так например, появлялись новые профессиональные и тематические разделы, возможности для поиска и сравнения вакансий и кандидатов, исследования, статьи и советы для участников электронного рынка. Рассматривая данные сетевые образования на рынке в нашей системе из трех показателей, их можно определить, как:

1. Максимальное число участников;
2. Максимальные охват спектра услуг;
3. Минимальная степень формализованности;

В последствие, стали появляться Интернет-сайты на электронном рынке сферы занятости в виде отдельных «сообществ»<sup>16</sup> по различным признакам (профессиональному или должностному), которые включают в себя не только «он-лайн каталоги» с возможностью обработки и анализа информации и аккумуляцию специализированной информации, но и возможность коммуникации между участниками, обмен опытом и построения профессиональных сетей. В системе трех показателей данные Интернет-системы на электронном рынке сферы занятости могут быть определены следующим образом:

1. Среднее число участников;
2. Средний охват спектра услуг;
3. Ниже среднего степень формализованности;

---

<sup>15</sup> Например, [www.job.ru](http://www.job.ru) или [www.superjob.ru](http://www.superjob.ru), более поздний [hh.ru](http://hh.ru)

<sup>16</sup> В качестве примера можно привести [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru)

Параллельно с этим, протекали и процессы выделения в отдельную группу самозанятых работников, через появление электронных рынков услуг. Без сомнений, как мы уже отмечали выше, оперирование и взаимодействие работников этого нестандартного вида занятости происходили и до этого. Однако, в процессе роста числа самозанятых работников, в совокупности с массовым распространением Интернета и удешевлением технических средств, что привело к расширению круга профессий и возможностей работы в удаленном доступе, как следствие стали формироваться отдельные, обозначенные нами, электронные рынки услуг и их сетевые инфраструктуры в виде «бирж удаленной работы».

К их особенностям, функциям, структуре и месте в организации деловых взаимоотношений мы вернемся ниже в нашей работе, сейчас подчеркнем, что подобие «эволюционных процессов» мы можем проследить и здесь. А именно, тот факт, что:

1. Удаленную работу самозанятые работники имели возможность найти и на первых «рекрутинговых порталах» в виде «он-лайн каталогов»;
2. Далее «фриланс» выделялся в отдельной автономной сетевой инфраструктуре;
3. В следствие появления полноценной возможности удаленной работы и передачи результатов работы в электронном виде, образовались современные биржи удаленной работы;
4. На данный момент существуют тенденции к ещё большему сужению спектра представленных услуг до конкретной специализации<sup>17</sup>, и соответственно, еще более значительной формализованности взаимодействий участников.

Так, в виду особенностей работы удаленных самозанятых работников (и «электронных фрилансеров» в частности), биржи удаленной работы на электронном рынке услуг, в настоящее время, стремятся к максимальной формализованности и интеграции своих взаимоотношений со своими заказчиками, по этой причине многие современные электронные рынки услуг в системе трех показателей мы можем определить, так:

1. Среднее или ниже среднего число участников;
2. Малый охват спектра услуг;
3. Выше среднего (или максимальная) степень формализованности;

## **Электронные рынки услуг и биржи удаленной работы**

Фактически биржа удаленной работы представляет собой профессиональный, специализированный Интернет-ресурс (или веб-платформу) для работы двух типов пользователей, где заказчик путем размещения и описания собственного заказа («проекта») ведёт поиск его удаленного исполнителя («электронного фрилансера»). В более

---

<sup>17</sup> Примером может послужить электронный рынок услуг дизайнеров, представленный в виде конкурсной веб-площадки: [www.99designs.com](http://www.99designs.com) и [www.design911.ru](http://www.design911.ru)

формализованных, и интегрированных в процессы взаимодействий участников, вариантах биржи, пользователям предоставляется «виртуальное рабочее пространство» для совместной работы над проектом.

В нашей работе, в целях получения наиболее достоверной информации по, мы опираемся, и рассматриваем самые популярные и давно существующие примеры подобных веб-платформ. Так как именно они не только действуют на рынке в течение относительно продолжительного времени, задавая стандарты и правила работы с заказами (проектами), но и становятся «примером для подражания» вновь создаваемым биржи удаленной работы, которые их во многом воспроизводят. Из самых популярных и «старых» из ныне существующих иностранных бирж на электронном рынке услуг наше особое внимание уделено: [elance.com](http://elance.com) (Elance Inc.), [guru.com](http://guru.com) (WebSoft Inc.). Тогда как из российских (или скорее русскоязычных) представителей самых популярных Интернет-ресурсов, мы рассматриваем: [free-lance.ru](http://free-lance.ru), [weblancer.net](http://weblancer.net).

Многие из подобных Интернет-систем, индивидуальны в своём исполнении. Мы же, в свою очередь, берем во внимание и рассматриваем исключительно обобщённые «схемы» взаимодействий между электронным фрилансером и его заказчиком на электронном рынке услуг, которые отражают всю их совокупность. Основными отличиями бирж удаленной работы от других похожих сайтов, является следующий минимальный набор правил и условий работы для заказчика и электронного фрилансера:

1. Профиль. Электронный фрилансер как исполнитель и продавец собственных профессиональных услуг имеет свой профиль на сайте, где он может указать свою личную и профессиональную информацию (в том числе контактную и профессиональную специализацию). Здесь же потенциальный заказчик может найти отзывы или комментарии оставленные предыдущими заказчиками, по предыдущим проектам, в которых электронный фрилансер принимал непосредственное участие: это один из главных способов первоначальной оценки заказчиком своего потенциального исполнителя.
2. Портфолио. Электронный фрилансер имеет возможность наполнять собственное портфолио, разместив на сайте пример и описание собственных работ.
3. Опубликование заказа/проекта. Заказчик может разместить/опубликовать свой собственный заказ (проект), дав полное описание необходимое для выполнения работы и требования к потенциальному исполнителю.
4. Предложения по работе над заказом/проектом. После размещения собственного заказа, работодатель получает предложения от потенциальных исполнителей, таким образом, ему предоставляется возможность сравнить условия и опыт каждого из них и

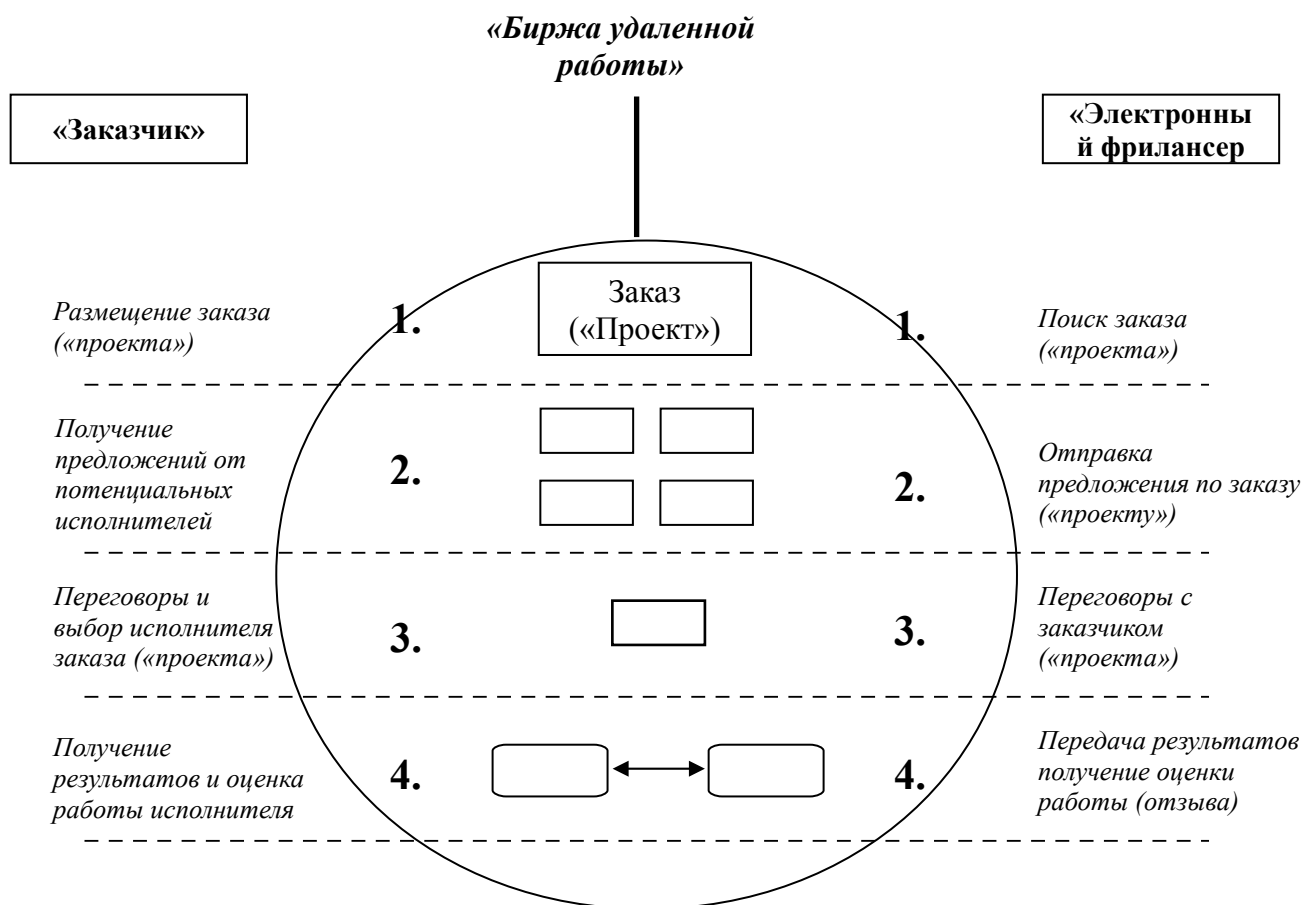
выбрать исполнителя своего заказа, с которым он хотел бы взаимодействовать в дальнейшем. На различных биржах процесс получения предложений и выбора исполнителя может быть либо формализован, либо происходить в «свободной форме». Представление этого процесса на бирже удаленной работы зависит от степени формализации взаимодействий участников, т.е. от степени интеграции функциональных возможностей биржи в процесс взаимоотношений игроков.

5. Возможность поиска. Все размещённые «проекты» от заказчиков и профили электронных фрилансеров на сайте упорядочены и разбиты по профессиональным разделам для облегчения, как поиска заказа, так и профилей потенциальных исполнителей.
6. Рейтинги. Каждый электронный рынок услуг имеет систему рейтингования всех исполнителей, т.е. систему, которая распределяет и сортирует всех электронных фрилансеров в определённом порядке. На разных биржах удаленной работы критерии системы рейтингования могут быть различны, однако смысл и цель у них одна и та же – построить некую «иерархическую систему» для выделения более опытных, имеющих большой опыт работы, от менее опытных исполнителей. Рейтинг также является инструментом оценки исполнителя, более того, формирует его профессиональную репутацию.
7. Отзывы и оценки. По окончании работы электронного фрилансера над «проектом» заказчика, последнему предоставляется возможность оценить работу своего исполнителя и/или оставить свой отзыв (комментарий) со своей оценкой. Процесс оценки и оставления отзыва о работе с исполнителем, может иметь некоторые отличия на различных биржах, но его присутствие обязательно, к тому же, это один из главных критериев формирования первоначального доверия между участниками рынка.

Таков минимальный набор универсальных критериев и условий организации процессов взаимодействия на биржах удаленной работы, по которым их можно выделять как специализированные веб-платформы, и отличать их от других «тематических» Интернет-ресурсов.

Электронные рынки услуг в дополнение к описанным критериям, в отличие от просто тематических Интернет-ресурсов, работают по определённой принципиальной схеме, краткое описание которой мы уже давали выше, рассмотрим ее несколько подробнее:

Рис. 2. Схема взаимодействия контрагентов на бирже удаленной работы.



Без сомнений, что это описание основных из тех критериев, которыми обладает каждая из рассматриваемых нами бирж удаленной работы, однако «исполнение» каждого из описанных выше критериев может несколько отличаться для конкретной веб-платформы, хотя и нести тот же самый смысл.

Как мы уже отмечали выше, любой Интернет-ресурс, который мы называем биржей удаленной работы должен обладать рядом минимальных описанных нами основных свойств и функций, более того мы предполагаем, что все они действуют в рамках, описанной выше схемы, которая с различной степенью может интегрироваться в ход рабочих взаимоотношений между заказчиком и его исполнителем. В этих системах предполагается взаимодействие двух основных участников: продавец услуг (электронный фрилансер) и их покупатель – заказчик. Однако, как нам уже удалось заметить выше, при всей схожести рабочих процессов проходящих внутри этих веб-платформ, практически все из них мы можем разделять по степени их функциональной интеграции в процессы взаимодействия между участниками, т.е. по различному положению на шкале «формализованность» в нашей

описанной выше системе из трех показателей, на: формализованные и неформализованные.

Поясним это утверждение. Обладая всеми минимальными правилами и условиями организации процессов взаимодействий, и действуя согласно принципиальной схеме, многие из бирж удаленной работы формализуют и упорядочивают каждый этап рабочих отношений между электронным фрилансером и его заказчиком. На подобных формализованных рынках услуг, начиная с первого этапа в нашей схеме («Размещение/публикация заказа»), заказчик должен указать время, в течение которого он будет принимать предложения от потенциальных исполнителей, последние же должны обязательно указывать сумму вознаграждения, на которую они рассчитывают, сроки выполнения заказа и пр., и заканчивая учётом и контролем оплаты работы, и невозможностью завершить/закрыть «проект» до тех пор пока оба участника не отправят свои отзывы – весь процесс взаимодействия максимально формализован и каждый этап работы имеет свою последовательность, т.е. высокую степень интеграции. Более того, на некоторых биржах, исполнителю и его заказчику предоставляется специально отведённое «рабочее пространство на сайте», через которое контрагенты могут обмениваться рабочей информацией и электронными файлами, и даже оплачивать выполненную работу.

В противоположность формализованным биржам удаленной работы, их неформализованные варианты, также обладают всеми обязательными и необходимыми условиями организации взаимодействий, и предполагают следование всем этапам в нашей схеме, однако практически никаким образом не формализуют и не интегрируют функциональные возможности с этими рабочими процессами, делая представленную схему более гибкой. Неформализованные рынки услуг, как правило, лишь дают примерное «направление для дальнейших действий» их участникам, предоставляя последним, возможность действовать в большинстве случаев самостоятельно.



## **Электронный фриланс как новый рынок услуг**

В данном разделе нашей работы мы обратим наше внимание на построение теоретических обоснований рассматриваемого нами вопроса, в частности определим основные понятия «рынка», разъясним основные подходы к изучению структур рынков, а также выделим основные характеристики изучаемого нами рынка электронного фриланса.

Подходы к определению понятия «рынка» в различных социальных науках на сегодняшний день отличны друг от друга, и чётко выработанной концепции этого термина фактически нет. Существует большое количество определений рынка с точки зрения определённой «территории» обмена, «формы хозяйства» или универсальной аналитической модели идеального рынка, которые приняты и разделяются в экономической теории, классическом маркетинге и других смежных дисциплинах. Однако мы в нашей работе будем придерживаться, и использовать определения рынка, которое «принято на вооружение» в современной экономической социологии, и будем рассматривать его в качестве «совокупности структурно связанных продавцов и покупателей определённого товара или услуги (или товарной группы и группы услуг), деятельность которых регулируется сходными правилами и разделяется большинством участников концепциями контроля».

Каждый рынок, будучи уникальным «феноменом» обладает определёнными параметрами и элементами, которые отличают его от других, к ним относятся:

1. Состав участников рынка;
2. Состав производимых и обмениваемых товаров или услуг;
3. Структурные элементы, которые выражают устойчивые формы организации и связи между участниками рынка;
4. Институциональные элементы, которые ограничивают и стимулируют поведение участников;
5. Концепции контроля, которые регулируют и формируют деловые стратегии участников рынка;<sup>18</sup>

Таким образом, в первую очередь мы будем обращать наше внимание на структурную составляющую рынков, а также те институциональные элементы, которые формируют взаимодействие между его игроками, т.к. именно они являются основными причинами возникновения большинства проблемных зон в процессе деловых взаимоотношений на данном рынке услуг.

В рамках изучения рынков современной экономической социологией можно выделить

---

<sup>18</sup> Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. – М.: ГУ-ВШЭ, 2003. стр. 19-47

ряд основных подходов: историко-антропологический, политико-экономический, сетевой, социокультурный и неинституциональный.

Историко-антропологический подход рассматривает рынок как историческую форму интеграции хозяйства. Этот подход основывается на том, что существуют и действуют различные эффективные формы обмена помимо рыночного, подчёркивая, что рынок распространяется не на все области хозяйства, и не, потому что он ещё не успел охватить все сферы общественных отношений, а потому что само общество ставит ограничения на развития рынка. Таким образом, историко-антропологический подход «отмечает» факт того, что ценообразующие рынки это не единственная форма хозяйства, а также то, что рынки не являются независимыми от других сфер общества.

Политико-экономический подход заключается в том, что выделяет рынки как «продукт» регулирования со стороны государства и других социальных институтов, последние не только влияют на него, но часто конституируют его. Так, в рамках этого подхода, особая роль отводится действиям государства по формированию рынков, которые выступают в качестве «конфигуратора рынков», а их функции в свою очередь не обязательно сводятся к исключительно «экономической» логике. Более того, отмечается важная роль социального регулирования, которая осуществляется по средствам традиций (или привычек), конвенций, законодательными актами и интересам других агентов.

Сетевой подход рассматривает рынок как совокупность переплетённых социальных сетей, которые представляют собой устойчивые связи между участниками рынка. В данном подходе к анализу рынков особое внимание уделяется структуре связей и взаимоотношений, образующихся между его субъектами, которые характеризуются тремя свойствами: «связанность», «укоренённость» и «реципроктность». Весьма часто этот подход используется при анализе рынков труда и взаимоотношений хозяйственных организаций, т.к. именно здесь можно особо тщательно рассмотреть способы построения и структуры связей.

Социокультурный подход к изучению и анализу рынков, рассматривает рынок как совокупность культур, которые представляют собой накопленные в результате опыта профессиональные знания и навыки, хозяйственные нормы, ценности и символы. Таким образом, подразумевается, что культура это «встроенный» и «переменный» элемент рынка, который основывается на приобретении знаний и навыков, освоении различных стандартов поведения, а также выработке способов идентификации и интерпретации происходящих процессов. Более того, культура как ключевой «элемент» рынка в данном подходе, выполняет также регулятивные и контролирующие функции.

Мы же в нашей работе преимущественно будем опираться на неинституциональный и сетевой подходы в анализе рынка «электронного фриланса», однако не в коем случае не

будем игнорировать особенности других. Более того, последние три подхода, наиболее тесным образом связаны, т.к. рассматривают рынок как социальные образования, таким образом, только дополняя друг друга.

В рамках неинституционального подхода рынок, рассматривается как совокупность институтов или институциональных форм. Под институтами подразумеваются определённые «правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми»<sup>19</sup>.

Под этими «правилами», понимаются основные принципы регулирования, подкреплённые нормами, которых придерживаются участники рынка в собственном поведении. Неинституционалисты рассматривают совокупность различных институтов в разделении их на условные «миры»: мир рынка, где действует институт денег, рыночного обмена, и т.д., «домашний» мир, и конечно же «гражданский», где действуют общие интересы, создаются демократичные правила. Так, рыночный порядок действует не везде, а представляется всего лишь одним из способов координации.

Данный подход наиболее активно стал развиваться в конце 80-х начале 90-х годов. Его главной отличительной особенностью является то, что рынок рассматривается как институционально оформленное «пространство», в рамках которого взаимодействуют субъекты рынков. На этом «пространстве» действуют так называемые «организационные поля», представляющие собой «локальные арены» взаимодействий акторов, в которых создаются и воспроизводятся институты.

Как мы уже отметили выше, каждый рынок, будучи уникальным «образованием» обладает определёнными параметрами и элементами, которые отличают его от других рынков, попробуем выделить рынок «электронного фриланса» на этих основаниях:

- *Состав участников рынка:* «независимые» удалённые работники и их заказчики.
- *Состав производимых и обмениваемых товаров или услуг:* профессиональные услуги «независимых» удалённых работников.
- *Структурные элементы, которые выражают устойчивые формы организации и связи между участниками рынка:* взаимоотношения между участниками происходят в удалённом доступе, т.е. заказчик и его исполнитель, как правило, лично никогда не встречаются, что является причиной возникновения ситуации неопределённости, и в частности — анонимности.
- *Институциональные элементы, которые ограничивают и стимулируют поведение участников, а также концепции контроля, регулирующие и формирующие деловые стратегии участников рынка:* на данный момент именно эти элементы получают своё

---

<sup>19</sup> Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. – М.: ГУ-ВШЭ, 2003. стр. 39.

«оформление» на «биржах удаленной работы» в качестве выработки общепринятых и воспроизводимых схем в организации взаимодействий между участниками рынка.

Помимо описанных элементов, рынок электронного фриланса обладает следующими критериями:

- Рынок электронного фриланса - это рынок услуг (профессиональных услуг независимых удаленных работников);
- Этот рынок является высококонкурентным, на нём нет олигополии или монополии;
- Как правило (особенно это справедливо для российского рынка) этот рынок основывается на неформальных договорённостях, а не на формальных контрактных отношениях - также является причиной возникновения ситуации неопределенности во взаимоотношениях между участниками;
- На рынке действуют, как правило, краткосрочные деловые отношения;
- Рынок находится в стадии становления и институционального формирования (фактически этому молодому рынку не более 10-15 лет);

Из отмеченных нами характеристик и особенностей этого рынка, следуют проблемы построения доверия в отношениях между агентами и потребность в институциональном регулировании «хрупких и ничем незащищённых» связей между участниками рынка, что вызывает проблемы координации между участниками.

## **Глава 2. Методология исследования**

### **Объект и предмет**

*Объект* – участники электронных рынков услуг: «электронные фрилансеры» и их заказчики.

*Предмет* – координация хозяйственных отношений и формирование доверия между заказчиками и исполнителями на электронных рынках услуг в процессе взаимодействия.

### **Цель и задачи**

*Цель работы* – выявление основных проблем, а также формирующихся механизмов их разрешения (институтов), связанных с координацией хозяйственных взаимодействий и формированием доверия, между участниками электронных рынков услуг.

*Задачи работы:*

- 1) Проанализировать проблемы координации и доверия между субъектами электронных рынков услуг:
  - поиск контрагентов;
  - асимметрия информации;
  - достоверность информации (проблема анонимности);
  - формы закрепления договоренностей и разрешения конфликтных ситуаций (проблема неформальности).
- 2) Рассмотреть формирующиеся институты, направленные на решение проблемы координации и доверия на электронных рынках услуг:
  - механизмы стандартизации и формализации взаимоотношений между фрилансерами и заказчиками;
  - способы контроля рабочего процесса между участниками: «ожидание — результат»;
  - репутационные системы как воплощения символического и социального капитала;
  - механизмы обеспечения исполнения обязательств.
- 3) Сформулировать практические рекомендации, направленные на улучшение координации и повышение общего уровня доверия между участниками рынков удаленных услуг.

### **Гипотезы**

В соответствии с поставленной целью и задачами в работе можно выделить несколько основных гипотез-тезисов исследования, которые будут находить своё отражение в нашей

работе:

1. На рынке электронного фриланса существует асимметрия информации о предоставляемых на нем услугах, дальнейший рост и развитие этого типа рынков был бы невозможен без систем сигналов, с помощью которых высокопрофессиональные и опытные фрилансеры, как продавцы своих услуг, выделяются среди других. Наше утверждение приводит нас к гипотезе о том, что *на рынке электронного фриланса существует система сигналов от высококвалифицированных и «качественных» фрилансеров для потенциальных заказчиков, более того эти сигналы формализованы и встроены в рыночные институты.*
2. Как мы уже отметили выше, рынок электронного фриланса пронизан социальными сетями, которые накапливаются у агентов рынка со временем их оперирования на рынке. Социальные сети, в которые встроены фрилансер и заказчик на рынке электронного фриланса являются их социальным капиталом. Агенты трансформируют в экономический капитал. *Если социальные сети — это социальный капитал фрилансера, то его «репутация» накапливаемая и формально закрепляемая на рынке через механизмы бирж удалённой работы — это символический капитал, который так же как и социальный в последствии трансформируется в экономический капитал.*
3. Укорененные связи в противовес случайным рыночным связям обладают тремя ключевыми характеристиками: доверием, передачей достоверной информации и механизмами совместного решения проблем. Однако на рынке электронного фриланса, ввиду специфики организации взаимодействий, происходит доминирование случайных и краткосрочных связей, которые ведут к основным проблемам этого рынка, рассматриваемыми в настоящей работе. Из этого утверждения следует наша гипотеза-тезис о том, что *социальные сети выступают механизмом гарантий взаимных обязательств, т.е. не рыночным механизмом принуждения, тогда как институциональная формализация отношений не является действенным механизмом для снижения проблем оппортунистических действий.*

## **Характеристика выборки и метода сбора данных**

**Характеристика эмпирических данных. Методы сбора.**

Основными эмпирическими данными для анализа выступят следующие источники и исследования:

А. Качественное исследование, которое было проведено в рамках «проекта совместных исследований преподавателей, аспирантов и студентов» под руководством Шевчука А.В. и Стребкова Д.О.<sup>20</sup>;

Исследование проходило в несколько этапов. На первом этапе был осуществлен содержательный анализ Интернет-сайтов, форумов, телеконференций, посвященных самозанятости высококвалифицированных работников. Также было обнаружено, что одним из самых популярных Интернет-сайтов, посвященных деятельности российских фрилансеров, является ресурс [www.free-lance.ru](http://www.free-lance.ru). На трёх подобных Интернет-ресурсах была размещена небольшая анкета, состоящая из пяти вопросов, на которую было получено 16 содержательных ответов, использовавшихся в дальнейшем для детализации и уточнения гайда основного исследования.

На втором этапе был проведен непосредственно сбор информации путем проведения серии интервью с фрилансерами. Всего было опрошено 25 фрилансеров с различных профессиональных направлений: 11 интервью с фрилансерами IT-специалистами и 14 интервью с фрилансерами-переводчиками.

На третьем этапе был проведен экспертный опрос заказчиков (работодателей), которые представляли компании-заказчиков: 5 интервью IT-сфера и 3 интервью с переводчиками. Выход на респондентов в последних двух этапах осуществлялся с помощью специализированных сайтов ([www.Free-lance.ru](http://www.Free-lance.ru), [www.Kadrof.ru](http://www.Kadrof.ru), [Freelancejob.ru](http://Freelancejob.ru) и другие) или посредством социальных сетей («метод снежного кома»).

Проведение качественного исследования позволило рассмотреть проблемы во взаимоотношениях между контрагентами и выявить основную часть сценариев их развития. Более того, это исследование позволило выстроить схему (этапы и стратегии) взаимодействия фрилансера и заказчика в ходе их совместной работы, а также выявить:

- Особенности начала профессиональной деятельности самозанятого работника в качестве фрилансера;
- Мотивы выбора подобного типа занятости, его недостатки;
- Основную формирующуюся инфраструктуру этого нового рынка труда,
- и многие другие детали.

---

<sup>20</sup> Проект № 06-05-0008 «Самозанятость высококвалифицированных работников: трудовые стратегии и мотивация», реализованный при поддержке Научного фонда Государственного Университета — Высшей школы экономики.

**В.** Количественное исследование проведенное в декабре 2008 года, в рамках «Первой всероссийской переписи фрилансеров» проекта «Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости»<sup>21</sup>;

После проведения подобного качественного исследования встал вопрос о проведении массового опроса и получении количественных данных. Реализация подобной задачи являлась весьма непростой задачей, прежде всего по причине того, что группа фрилансеров (электронных фрилансеров) сама по себе является довольно трудно идентифицируемой, более того не-большой. Ни один из традиционных методов опроса респондентов (квартирный, телефонный, уличный или почтовый) не позволили бы отобрать необходимое число опрашиваемых из группы, либо потребовало бы значительных материальных и временных затрат. В тот же самый момент, сама группа электронных фрилансеров обладает специфической характеристикой — они являются активными пользователями сети Интернет и проводят «там» значительную часть своего времени. По этой причине он-лайн опрос оказывается наиболее эффективным способом сбора данных о рассматриваемой нами группе респондентов.

Таким образом, была достигнута договоренность с администрацией и владельцами одной и самых крупных бирж удалённой работы в России — Free-lance.ru о совместном проведении данного массового опроса электронных фрилансеров. Free-lance.ru — является крупнейшим порталом, который посвящен деятельности самозанятых высококвалифицированных профессионалов. На сайте у каждого зарегистрированного пользователя есть своя личная страница, где размещена информация об этом работнике (контакты, дата регистрации, рейтинги, текущий статус занятости, цена услуг, и т.п.), его портфолио разделенное на специализации, в которых действует электронный фрилансер.

В период с 18 по 25 декабря 2008 года на вышеотмеченном сайте была размещена он-лайн анкета исследования, разработанная на основе предыдущего качественного исследования, описанного выше, состоящая из порядка 50 вопросов, которая логически разделалась на 3 блока: 1. «Бывшие фрилансеры»; 2. «Текущие фрилансеры»; 3. «Потенциальные фрилансеры». При этом администрацией биржи удаленной работы была произведена рассылка приглашений всем зарегистрированным фрилансерам принять участие в опросе, а также на главной странице сайта был вывешен информационный баннер.

Хотя Free-lance.ru является крупнейшей биржей удаленной работы в России, с момента своего возникновения и работы, этот ресурс стал известен практически каждому электронному фрилансеру, в дополнение к этим мерам привлечения на сайте, во избежания смещений и потерь, также были размещены приглашения принять участие в опросе ещё более чем на 50 те-

---

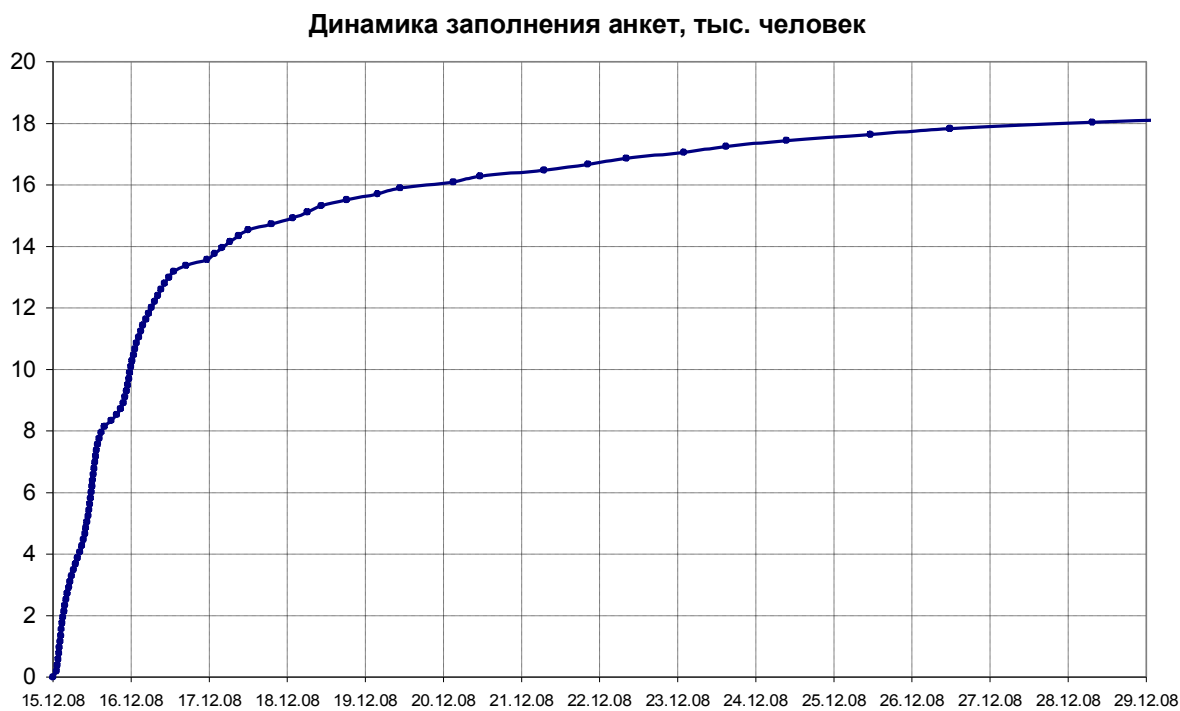
<sup>21</sup> Проект, реализованный в рамках Инновационной образовательной программы ГУ-ВШЭ «Формирование системы аналитических компетенций для инноваций в бизнесе и государственном управлении». «Учитель и ученик» (2008-2009 гг.) под руководством Шевчука А.В. и Стребкова Д.



матических Интернет-ресурсах (блоги, форумы, соц. Сети и др. сообщества в сети Интернет). Особенность размещения он-лайн анкеты на сайте Free-lance.ru заключалась в том, что на неё можно было отвечать будучи не зарегистрированным на сайте, т. е. регистрация не являлась обязательным параметром исследования, фактически анкета была открытой.

Результативность он-лайн опроса фрилансеров оказалась весьма высокой, уже в первый день на анкету было получено около 10 тыс. ответов, во второй день ещё 3, 5 тыс., а концу проведения опроса число респондентов составило более 19 тыс. человек. Стоит заметить, что первоначально в исследовании планировалось опросить 800 фрилансеров, тогда как цифра по завершению опроса оказалась значительно выше, что позволяет значительно снизить величину случайной ошибки измерения данных. Более того, это позволяет рассматривать в рамках совокупности отдельные специфические группы электронных фрилансеров.

*Рис. 3. Динамика заполнения анкеты в опросе*



По сравнению с традиционными методами опроса респондентов, исследования через глобальную сеть Интернет, позволяют сокращать затраты денежных, человеческих и временных ресурсов, сводя их к фактическому минимуму. Данное исследование не стало исключением, где трудовые затраты свелись к работе самих исследователей, программистов и веб-дизайнеров, здесь не оказалось затрат на работу интервьюеров, вводчиков данных или покупку подарков и печати большого количества анкет. Наряду с экономией ресурсов, на передний план также выступает возможность изучения самых различных социальных групп и совокупностей, переступая через географические и межнациональные барьеры. В есть специфика самой сети Интернет. Так в данном исследовании приняли участие русскоязычные фрилансе-

ры более чем из 30 стран: Россия — 76%, Украина — 15%, Беларусь — 3,4% и.т.д., и 80 регионов РФ: Москва — 31%, Санкт-Петербург — 10%, Московская область — 5%, и.т.д.

Возможности программирования в он-лайн анкете позволили избежать типичных проблем с логикой проведения опроса и заполнения анкеты, например: избежать ошибок интервьюеров, проверку правильности заполнения полей, точность переходов между вопросами, и пр. Однако, вместе с неоспоримыми достоинствами исследований в Интернете, присутствует и ряд существенных недостатков, например, такие:

1. Соц.-дем. структура пользователей Интернета очень сильно отличается от населения в целом. Доступ в Интернет имеет лишь небольшая часть граждан (около 30%). Однако стоит заметить, что рассматриваемая нами совокупность — это активные пользователи Интернета в силу особенностей своей занятости.
2. Формирование выборки происходило самоотбором, стихийно, в опросе участвовали только те респонденты, которые заинтересовались в нём, что осложняет контроль соответствия между выборочной и генеральной совокупностями.
3. Существует также опасность смещения выборки и её сужение до аудитории одного сайта (в случае исследования это сайт Free-lance.ru), однако, как было отмечено выше, существует два критерия, которые могут решить эту проблему в рамках рассматриваемого опроса: 1. Как уже отмечалось, приглашение принять участие в опросе было размещено также и на других тематических ресурсах, в результате этого было получено 524 (6%) анкеты от респондентов из сторонних ресурсов; 2. Что тоже уже отмечалось, сайт Free-lance.ru является крупнейшей биржей удаленной работы в России, значительно превосходящую остальных по количеству своих пользователей и, следовательно, популярности, что может позволить предположить, что большая часть самозанятых профессионалов зарегистрирована на ней.
4. Существует реальная опасность специального искажения личных данных, т. к. всю информацию о себе (пол, возраст, доход, образование и пр.) респонденты указывают самостоятельно, если посчитают нужным, при этом в анонимном виде. Таким образом, задача проверки данных весьма затруднена, что не исключило особого внимания исследователей к «чистке массивов».
5. Так, в традиционных методах опроса, таких как интервью, респондента нельзя принудить ответить на вопрос(ы), а также давление на респондента с целью ответа им на все вопросы. Тогда как проблема с преждевременным завершением опроса ещё более остро стоит в анкетных опросах, в частности он-лайн опросах. Технология он-лайн опроса, позволила исследователям выяснить, долю заполнения анкеты всеми фрилансерами, которые приняли участие в исследовании.

Благодаря структуре анкеты, в исследовании удалось провести фактически три независимых опроса текущих, будущих и бывших фрилансеров. Столь крупное исследование фрилансеров до сих пор ещё не проводилось, наиболее крупные из известных являются исследование Sologig.com — Freelance Survey (5600 респондентов) и общемировое исследование Global Freelancer Survey — 3700 респондентов.

**Структура выборки.** Как уже отмечалось выше, в ходе исследования электронных фрилансеров, производилась чистка и формирование окончательного массива данных. Таким образом, были исключены респонденты, которые не ответили даже на первые 13 вопросов — 1472 человека (13%). 35 респондентов, которые слишком быстро ответили на всю анкету, что вызывало подозрение в осознанности их ответов, так если среднее время заполнения анкеты была 14 минут, то у этих людей оно составляло 5,5 минут. Также были исключены 179 (1,6%) респондентов, ответы которых оказались или показались исследователям недобросовестными, т. е. существовали явные логические противоречия, либо шуточные варианты ответа.

Также были применены дополнительные фильтры, чтобы выделить две группы объектов, которые необходимо исключить из массива, по причине того, что мы не можем считать их электронными фрилансерами в полной мере этого термина:

1. Начинаящие фрилансеры – 804 человека (8,3%). Хотя изначально в исследовании было предусмотрена отдельная часть он-лайн анкеты, которая предназначена именно для потенциальных фрилансеров, некоторые из них определили себя как достаточно опытные, чтобы отвечать на часть анкеты предназначенную для «текущих фрилансеров». Данных респондентов необходимо исключить. Таким образом, в их число попали люди:
  - Ставшие фрилансерами в 2008 г. и получившие в течение этого года не более одного заказа;
  - Если отсутствовала информация о количестве заказчиков и проектов;
  - Респонденты, у кого доля от занятости фрилансом в доходах составляла не более 5%.
2. Разовые фрилансеры – 317 человек (3,3%). К данным респондентам были отнесены следующие респонденты:
  - Те, кто стали фрилансерами уже достаточно давно, по крайней мере, не позже 2007 года, однако и у них в течение 2008 года было не более одного проекта;
  - Если отсутствовала информация о количестве заказчиков и проектов;
  - Доля от занятости фрилансом в доходах составляла не более 5%.

Табл. 1. Количество респондентов в опросе. Этапы «чистки» массива данных

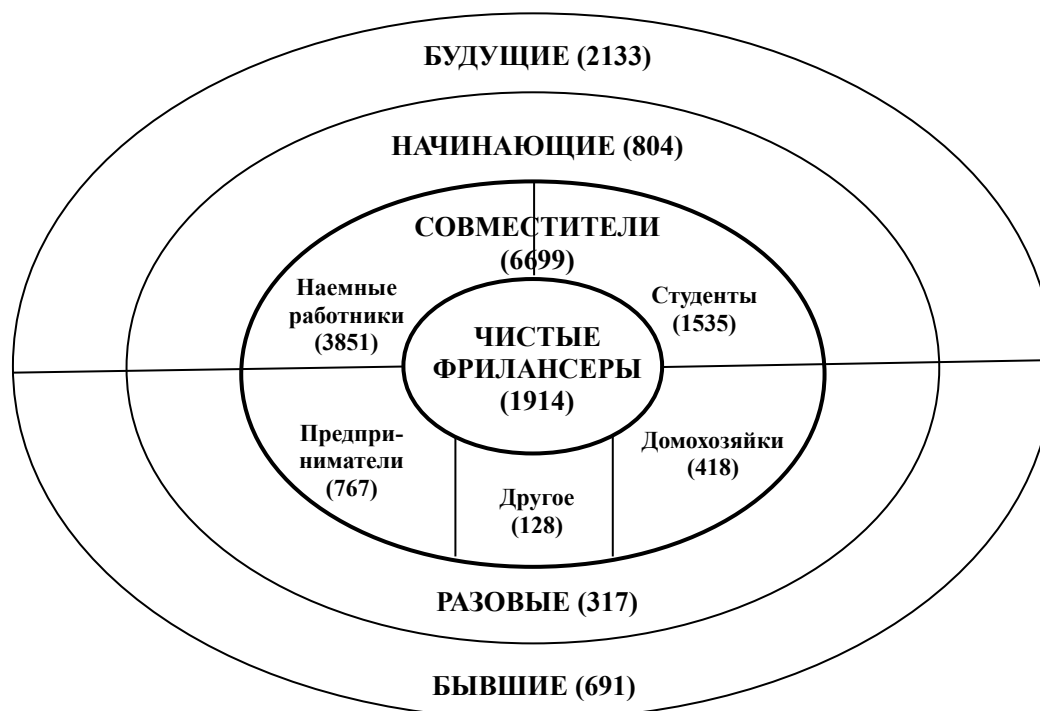
**Количество респондентов (по этапам отсева)**

	Общее кол-во	1 ветка Действующие фрилансеры	2 ветка Будущие фрилансеры	3 ветка Бывшие фрилансеры
Общее число уникальных обращений к анкете в т.ч.	19383			
<i>Пустые анкеты</i>	4448			
<i>Непустые анкеты</i>	14935	11420	2638	877
Релевантные анкеты (после отсева малозаполненных и недобросовестных)	12558	9734	2133	691
Анализируемое в данной работе число анкет (после отсева «начинающих» и «разовых»)	-	8613	-	-

Структурную схему, которая отражает различные подгруппы совокупности электронных фрилансеров, можно изобразить следующим образом:

Рис. 4. Структурная схема «электронных фрилансеров».

**Структура «электронных фрилансеров» (кол-во человек)**



«Настоящие фрилансеры» выделены в центре рисунка жирной линией. Вокруг них находится исключенные нами «начинающих» и «разовых» фрилансеры, которые только

входят на рынок или находятся на нем не достаточно регулярно. Наконец, внешнюю периферию образуют заявившие о своих намерениях «будущие» фрилансеры и покинувшие эту деятельность «бывшие» фрилансеры<sup>22</sup>. Однако и сама группа «настоящих фрилансеров» не является однородной внутри, ключевые различия исследователи выделяют в статусе занятости, т. е. совмещает ли фрилансер свою занятость фрилансом с какой-либо другой занятостью. Так выделяются такие группы совместителей как:

1. Работают в качестве штатного сотрудника – 45%. Таким образом, практически каждый второй из респондентов связан трудовым договором с какой-либо компанией;
2. Обучаются в ВУЗе – 18%;
3. Имеют собственный бизнес, являются предпринимателями – 9%;
4. Сидят дома со своим маленьким ребенком – 5%.

**С. Содержательный анализ структуры институтов на электронных рынках услуг, в которые непосредственно включены сами участники рынка, с целью рассмотрения взаимодействий в рамках сетевой инфраструктуры рынка.**

Нося скорее качественный характер, в первую очередь, работа опирается на анализ взаимодействия контрагентов на электронном рынке услуг через призму институтов, которые призваны регулировать и решать проблемы этого рынка. Таким образом, мы делаем фокус на поставленной нами цели и задачах исследования. Строго говоря, отправной точкой в анализе данных, в связи со спецификой самой работы, станет именно содержательный анализ формирующихся институтов, которые направлены на решение поставленных в работе проблем координации и доверия. Более того, непосредственно на биржах удаленной работы также представлены и другие индивидуальные параметры контрагентов, такие как: отзывы, рейтинги, типы учётных записей, данные об опыте (продолжительности) работы, количестве выполненных работ и портфолио фрилансера.

Основное наше внимание будет сосредоточено на анализе крупнейших «бирж удаленной работы» как российских – free-lance.ru, weblancer.net, freelancejob.ru и др. так и зарубежных – elance.com, guru.com, getafreelancer.com.

## ***Операционализация основных понятий***

Хотя наше исследование носит скорее качественный характер, мы активно используем не только качественные, но и количественное исследование, операционализируя понятия в нашей работе (основываясь на задачах исследования) мы рассматриваем индикаторы из различных групп данных.

<sup>22</sup> Данные отражают общее число валидных анкет по каждой категории фрилансеров. Их совокупное количество составляет 12558 человек (84,1% от общего числа непустых анкет).

Таб. 2. Операционализация понятий.

Понятие - Задача	Индикаторы
<p>Понятие: <b>Репутация</b></p> <p>Задача: <b>Рассмотреть репутационные системы как воплощения символического и социального капитала</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Отзывы о предыдущих взаимодействиях от других участников рынка: характер (положительный, отрицательный, нейтральный) и количество;</li> <li>• Положение в системе рейтингования на бирже удаленной работы</li> </ul> <p><i>Из опроса: Помогает ли Вам Ваш рейтинг на биржах удаленной работы в получении новых заказов?;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Опыт работы (продолжительность) на бирже удаленной работы;</li> <li>• Количество выполненных проектов;</li> <li>• Заработок/доход. (на иностранных биржах удаленной работы используется вместо системы рейтинга);</li> <li>• Портфолио электронного фрилансера (лучшие работы);</li> <li>• Тип учетной записи (аккаунт) на бирже удаленной работы (стандартный - бесплатный или премиум — платный).</li> </ul> <p><i>Из опроса: Использование платных видов учётной записи и их влияние на успешность деятельности (электронного фрилансера).</i></p>
<p>Понятие: <b>Анонимность</b></p> <p>Задача:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Достоверность информации (проблема анонимности);</b></li> <li>• <b>Анализ проблемы асимметрии информации.</b></li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подтвержденные навыки в определенной профессиональной области;</li> <li>2. Подтвержденная рабочая и контактная информация;</li> <li>3. Указание наиболее полного списка контактных данных;</li> <li>4. Наличие платной учётной записи на бирже удаленной работы.</li> </ol>
<p>Понятие: <b>Каналы поиска контрагентов</b></p> <p>Задача: <b>Проанализировать механизмы поиска контрагентов;</b></p>	<p>Из опроса:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Способы поиска работы</i> - Каким образом Вы обычно получаете новые заказы?</li> <li>2. <i>Участие бирж удаленной работы в поиске</i> - Какую примерно долю</li> </ol>

	<p>Ваших заказов Вы получаете через биржи удалённой работы?</p> <p>Из интервью:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Стратегии поиска</i> - Скажите, пожалуйста, что происходит чаще: Вы сами занимаетесь поиском работы, заказов или же заказчики обращаются к Вам со своими предложениями? (электронный фрилансер)</li> <li>2. Скажите, пожалуйста, что происходит чаще: ваша компания сама занимается поиском фрилансеров или же они сами обращаются к вам с предложениями? Есть ли у вашей компании своя база фрилансеров, с которыми вы постоянно сотрудничаете, или же вы каждый раз ищите новых людей? (заказчик)</li> </ol>
<p><b>Понятие: Поисковые и коммуникационные издержки</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Соотношение спроса и предложения на биржах удаленной работы;</li> <li>• Количество предложений от электронных фрилансеров на заказ;</li> </ul> <p>Из интервью:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• На какие параметры Вы обращаете внимание, когда принимаете решение, взять данного сотрудника на работу или нет? (заказчик).</li> </ul>
<p><b>Понятие: Формы закрепления договоренностей</b></p> <p>Задача: <b>Рассмотреть различные формы закрепления договоренностей и разрешения конфликтных ситуаций (проблема неформальности).</b></p> <p><b>Понятие: Санкции</b></p> <p>Задача: <b>Анализ механизмов обеспечения исполнения обязательств.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Формы договоренностей</i> - В какой форме Вы, как правило, заключаете договор с Вашим заказчиком?</li> <li>• <i>Частота нарушений</i> - Сталкивались ли Вы в текущем году с ситуациями, когда заказчик нарушал первоначальные договоренности? Если да, то в чем это выразалось?</li> <li>• <i>Практики разрешения</i> - В случаях, когда Вы сталкивались с невыполнением условий договора, удавалось ли Вам разрешить ситуацию, и если да, то каким образом?</li> </ul> <p>Из интервью:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Происходит ли между вами и фрилансером согласование условий</li> </ol>

	работы («торг»), или же условия работы сразу жестко оговариваются? (заказчик)
<p><b>Понятие: Контроль</b></p> <p><b>Задача: Проанализировать способы контроля рабочего процесса между участниками: «ожидание — результат»</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Механизмы управления проектами на биржах удаленной работы: количество, степень интеграции;</li> <li>• Наличие специализированных сервисов на биржах удаленной работы;</li> </ul> <p>Из интервью:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Как организована процедура принятия заказчиком работы и оценка её качества? Существует ли промежуточный контроль результатов по ходу исполнения проекта, оценка «прогресса» деятельности фрилансера? (электронный фрилансер)</li> <li>• Как организована процедура принятия вами работы фрилансера и оценка её качества? Существует ли промежуточный контроль результатов по ходу исполнения проекта, оценка «прогресса» деятельности фрилансера? Контролируете ли Вы сам процесс работы фрилансеров, их загруженность. Если да, то каким образом? (заказчик)</li> </ul>

Таким образом, мы выделяем основные понятия в нашей работе (где это необходимо выделяем составные части наших более общих определений) с учётом задач нашей работы. Далее мы осуществляем непосредственную операционализацию - переход от выделенных определений и понятий к непосредственно измеряемым эмпирическим индикаторам нашего исследования.

### **Характеристика методов анализа данных**

Как уже было отмечено выше, одним из основных источников данных в нашей работе является информация, которая представлена непосредственно на самих электронных рынках услуг (и на биржах удаленной работы в частности), более того из особенностей нашей работы и поставленных в ней задач, для решения этих задач и проверки выдвинутых гипотез мы выбрали следующий подход к анализу данных:

Решение каждой из поставленных нами задач будет осуществляться в три последовательных



этапа (естественно, что для решения конкретной задачи, один из этапов будет носить ключевой характер, однако общая концепция методики анализа данных будет едина):

1. На первом этапе в качестве разведывательного метода анализа данных мы используем аналитическую индукцию непосредственно для анализа структуры взаимодействий контрагентов на рынке. По своей сути, данный метод связан с концептуализацией наблюдаемых и анализируемых явлений, элементов и критериев изучаемого феномена, с последующими обобщениями и типологизацией получаемых в ходе работы данных. Каким образом мы будем применять этот метод на наших данных?

Рассматривая непосредственные институты формирующие взаимоотношения между субъектами рынка, нашей задачей является поиск непосредственных и очевидных связей между элементами, закономерностей и вариаций. Далее мы производим поиск отклонений, которые не соответствуют первоначальному обобщению, таким образом, уточняя и концептуализируя наблюдаемые процессы и явления - делаем предварительные заключения и выводы о них (способ обоснованной кластеризации)<sup>23</sup>. Таким образом, на протяжении всего анализа, мы будем выводить уточняющие гипотезы, которые помогут нам в итоге сформировать логические классы.

Рассмотрим пример использования данного метода анализа на наших данных:

1. Первоначально на биржах удаленной работы мы наблюдаем взаимодействия двух контрагентов: электронных фрилансеров и заказчиков — классифицируя это как «сетевая инфраструктура электронного рынка услуг - «место» формирования институтов рынка»;
2. Далее, рассматривая характер этих взаимодействий на биржах удаленной работы, мы приходим к заключению, что на различных рынках выработанные механизмы имеют схожую структуру — классифицируя это как «стандартизация способов взаимодействия (институтов) на электронном рынке услуг».
3. Затем, мы проверяем предварительное утверждение на вариации и отклонения, что находит подтверждение, когда мы определяем, что биржи удаленной работы — это не только место формирования институтов электронного рынка услуг (удаленной работы), где стандартизируются способы взаимодействий между контрагентами, но нам также удаётся выяснить, что на различных биржах данные механизмы в разной степени формализованы, что даёт нам возможность классифицировать два типа подобных «сетевых образований» - «формализованные» и «неформализованные» электронные рынки услуг.

---

<sup>23</sup> Ядов В.А. Стратегии социологического исследования. - М: Омега-Л, 2007. стр. 19.

Таким образом, мы выделили логические классы, которые характеризуют всю совокупность бирж удаленной работы на рынке, в данном аспекте вопроса, однако репрезентативно эти биржи мы не изучали, сделав обобщение, что все подобные Интернет-ресурсы организованы схожим образом. Примерно таким способом и логикой аналитической индукции в процессе анализа мы приходим к заключительному этапу — формирование некой «мини-теории» или тезиса. Этот метод предполагает рассмотрение и анализ каждого отдельного случая, в рамках изучаемого феномена, в качестве подтверждения/доказательства, что некая наблюдаемая закономерность имеет обобщающий характер и может быть распространена на всю совокупность<sup>24</sup>.

2. На втором этапе, для подтверждения предварительно полученных результатов и заключений, мы будем использовать данные из серии проведенных интервью с 25 фрилансерами и 8 заказчиками, описанные нами выше. Для этого мы будем использовать специализированное программное обеспечение для анализа качественных данных (в частности транскриптов интервью) Weft QDA<sup>25</sup>. Это лицензионная и бесплатная версия программы, которая позволяет нам реализовывать простейшие функции анализа качественных данных, в частности провести кодировку данных интервью и соответствующий контент-анализ. Цель использования данной программы — это структурирование имеющихся материалов для их последующего использования в нашей работе. На основе структурированных материалов, мы сможем не только находить подтверждение ранее выдвинутых предположений, но также применять описанный выше метод аналитической индукции, классифицируя выявленные элементы взаимодействий контрагентов.

Как мы будем использовать этот метод и эти данные в нашей работе? На основе проведенной операционализации понятий и задач, а также процедур из первого этапа для каждой конкретной задачи, в имеющихся интервью (с помощью программы) мы создадим структурную схему рассматриваемых элементов, после чего будем находить нашим выдвинутым предположениям подтверждения или опровержения в интервью с респондентами.

3. На третьем этапе, мы будем использовать данные из проведенного массового опроса электронных фрилансеров, описанного выше. Собранные в массиве исследования данные позволяют проводить самые различные типы анализа, однако, в силу специфики нашей

---

<sup>24</sup>Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / Пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой. - М.: Эдиториал УРСС, 2001. - 256 с.

<sup>25</sup><http://www.pressure.to/qda/>

Подробная инструкция по использованию данной программы, также представлена на сайте разработчика: <http://www.pressure.to/qda/doc/wefthelp.pdf>

работы и для решения большинства поставленных нами в работе задач, нет необходимости в построении регрессионных моделей, использовании кластерного анализа или других сложных методов анализа количественных данных. В большинстве случаев нам достаточно методов дескриптивной статистики: частотных распределений, перекрестных распределений и пр., которые иногда, строго говоря, даже и не считают анализом данных<sup>26</sup>, а также, методов по выявлению взаимосвязи переменных (индикаторов), которые мы выявили в процессе операционализации понятий в нашей работе.

В приведенной ниже таблице, для примера, мы опишем как мы используем методы описательной статистики к поставленным задачам и имеющимся у нас индикаторам:

*Таблица 3. Методы анализа применяемые в задачах исследования.*

Задача	Методы анализа данных
<p><b>Проанализировать механизмы поиска контрагентов;</b></p>	<p><i>Переменные:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Способы поиска работы</i> - (Каким образом Вы обычно получаете новые заказы?)</li> <li>• <i>Участие бирж удаленной работы в поиске</i> - Какую примерно долю Ваших заказов Вы получаете через биржи удалённой работы?</li> </ul> <p><b><i>Частотное распределение самых распространенных способов поиска новых заказов и доли бирж удаленной работы в поисках.</i></b></p>
<p><b>1. Рассмотреть различные формы закрепления договоренностей и разрешения конфликтных ситуаций (проблема неформальности).</b></p> <p><b>2. Анализ механизмов обеспечения</b></p>	<p><i>Переменные:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. <i>Формы договоренностей</i> - В какой форме Вы, как правило, заключаете договор с Вашим заказчиком?</li> <li>5. <i>Частота нарушений</i> - Сталкивались ли Вы в текущем году с ситуациями, когда заказчик нарушал первоначальные договоренности? Если да, то в чем это выразилось?</li> </ol> <p><b><i>Распределение различных форм договоров, а также частотность и характер конфликтных ситуаций. Зависимость степени формализации отношений на частоту и характер нарушений договора.</i></b></p> <p>4. <i>Практики разрешения</i> - В случаях,</p>

<sup>26</sup> Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS: учебное пособие для вузов / А.О. Крыштановский; Гос. Ун-т — Высшая школа экономики. - М. : Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006. 13 стр.

<p><b>исполнения обязательств.</b></p>	<p>когда Вы сталкивались с невыполнением условий договора, удавалось ли Вам разрешить ситуацию, и если да, то каким образом?</p> <p><i><b>Выявление распространенности и характера практик разрешения конфликтных ситуаций. Взаимосвязь способа разрешения конфликта и формы заключения договора.</b></i></p>
<p><b>Рассмотреть репутационные системы как воплощения символического и социального капитала</b></p>	<p><i>Переменные:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. <i>Рейтинг</i> - Помогает ли Вам Ваш рейтинг на биржах удаленной работы в получении новых заказов?</li> <li>6. <i>Тип учетной записи</i> - Использование платных видов учётной записи и их влияние на успешность деятельности (электронного фрилансера).</li> <li>7. <i>Отзывы</i> о предыдущих взаимодействиях от других участников рынка: характер (положительный, отрицательный, нейтральный) и количество;</li> </ol> <p><i><b>Выявление взаимосвязи показателей переменных с доходом электронного фрилансера, а также с количеством выполненных за год проектов.</b></i></p>

### **Глава 3. Описание эмпирических результатов**

В текущей главе работы мы перейдем непосредственно к анализу эмпирических результатов нашей работы и к решению поставленных нами задач.

#### ***Механизмы поиска контрагентов и их поисковые издержки***

##### **Характеристика логики анализа**

Как мы уже отмечали в разделе «характеристик методик анализа данных в нашей работе», наша задача решалась в три этапа, соответственно имеющимся эмпирическим данным, которые мы использовали для решения поставленной задачи. А именно были использованы следующие процедуры:

Нами производится классификация различных стратегий поиска, а также путем логических обобщений, мы приводим общие принципы поиска электронного фрилансера на электронном рынке услуг. Также через анализ этих механизмов поиска, мы рассматриваем поисковые издержки, которые возникают у контрагентов в процессе поиска.

Также нами были проанализированы вопросы из блока качественных интервью, которые касаются поиска работы (для фрилансера) или поиска исполнителя (для заказчика) и последующего выбора контрагента.

Далее методами описательной статистики с помощью пакета SPSS, мы рассмотрели распределения ответов респондентов, предварительно выделив необходимые нам вопросы из массива данных и обработав полученные данные с помощью OpenOffice Calc с целью построения наглядных графиков для текста с представлением результатов.

##### **Анализ поставленной задачи и полученных результатов**

Процессы поиска заказчиками исполнителя проекта, а также поиска заказов со стороны фрилансера, являются неотъемлемой частью функционирования рынка электронного фриланса. В среднем до 40% всех заказов электронные фрилансеры получают и ищут через биржи удаленной работы. Как на любом другом рынке здесь есть свой спрос и предложение. Иначе говоря, и та и другая сторона заинтересованы в сотрудничестве, и обе находятся в процессе взаимного поиска. Но в отличие от рынка наемного труда, электронный фрилансер ищет не конкретную должность или компанию, а определенные профессиональные задачи, которые он готов выполнять.

Так в работе посвященной роли социальных связей фрилансеров на электронных рынках услуг<sup>27</sup>, рассматривается соотношение рыночных и социальных механизмов и

---

<sup>27</sup> Стребков Д.О. Шевчука А.В. Фрилансеры на электронных рынках: роль социальных связей // Экономическая социология. Ноябрь 2009 (Т. 10. № 5). Стр. 17.

каналов поиска работы. Авторы приходят к выводам о том, что социальные каналы связи преобладают над рыночными, более того большинство фрилансеров не ограничиваются лишь одним каналом поиска заказов, применяя сразу два-три способа для поиска. Более того, делается заключение о том, что при увеличении стажа и опыта работы фрилансеры чаще прибегают к использованию социальных каналов в поиске заказов, тогда как доля рыночных путей поиска со временем снижается.

Рис. 5. Способы поиска новых заказов электронными фрилансерами<sup>28</sup>.



Таким образом, раскрывается факт того, что рынок электронного фриланса наполнен социальными сетями. Итогом процесса является накопление фрилансером социальных связей, представляющих собой форму социального капитала, который в процессе взаимодействий трансформируется в экономический капитал через получение нового заказа.

В заключении работы, делается предположение о том, что информации о профессиональных и личных качествах участников рынка, находящейся в открытом доступе на биржах удаленной работы, недостаточно для принятия решений в процессе поиска контрагентов, а их достоверность вызывает сомнение.

Однако биржи удалённой работы, в настоящее время наиболее активно действуют в этой сфере снижая риски и создавая новые институты, которые призваны обеспечить участников необходимой информацией и упорядочить процессы их взаимодействий.

Каким же образом происходит поиск заказов на бирже удаленной работы, который как мы уже отметили выше, является рыночным каналом поиска работы? Поиск работы электронными фрилансерами через биржи удаленной работы принимает две формы:

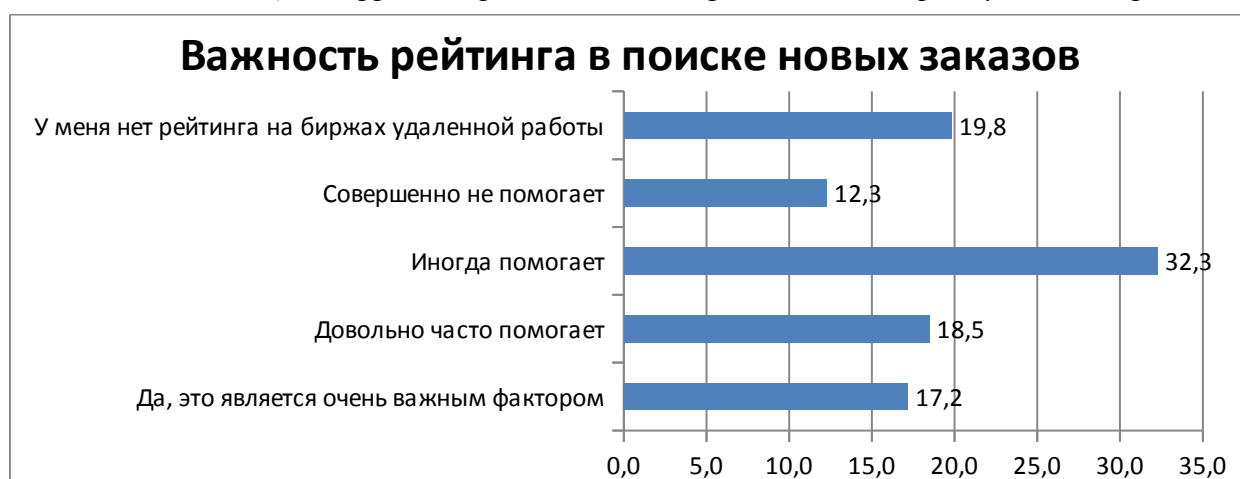
<sup>28</sup> По данным количественного исследования - «Первой всероссийской переписи фрилансеров».

активную, когда они самостоятельно ищут заказы посредством бирж удаленной работы, и пассивную, когда они находятся в ожидании обращения к ним заказчика с предложением о работе («*Бывает и так, и так. Иногда заказчики сами обращаются или через Интернет, или через знакомых. Да и я сам иногда просматриваю новые сообщения на Free-lance.ru, если мне что-то интересно, пишу заказчику*» - *Петр-фрилансер*).

В случае первой стратегии, электронные фрилансеры проводят поисковый анализ среди базы данных заказов на биржах удаленной работы в отдельных профессиональных разделах. Многие электронные фрилансеры «чутко» реагируют на появление нового заказа, далее, если не указан четкое бюджетное ограничение заказа, потенциальный исполнитель производит оценку стоимости работы<sup>29</sup> и делает свое предложение («... *нет возможности постоянно отлавливать новые предложения о работе, а их быстро разбирают.* » - *Владислав-фрилансер*).

В случае второй стратегии, электронный фрилансер, наполняет и публикует собственное портфолио на бирже удаленной работы с описанием предыдущего опыта работы, которое доступно потенциальному заказчику, и ждет от последнего предложения по работе. В данной стратегии немаловажную роль играет система рейтинга и отзывов от предыдущих заказчиков, которые формируют профессиональную репутацию электронного фрилансера и повышают его шансы получить предложение от потенциального заказчика («*Возраст\пол (в зависимости от вида работы), но рекомендации и отзывы других работодателей для меня самые важные.*» - *Максим-заказчик*).

Рис. 6. Оценка фрилансерами важности рейтинга на бирже удаленной работы<sup>30</sup>.



Как правило, электронные фрилансеры используют смешанную стратегию поиска работы, совмещая обе формы. Объясняется данный факт тем, что предложение на этом рынке

<sup>29</sup> Процесс оценки стоимости работы заключен в последовательную оценку нескольких критериев: сроков выполнения заказа, сложность работы, репутация потенциального исполнителя, наличие предыдущих взаимоотношений с этим заказчиком, и пр.

<sup>30</sup> По данным количественного исследования - «Первой всероссийской переписи фрилансеров».

услуг значительно превышает спрос на них, таким образом между фрилансерами, происходит конкурентная борьба за заказ. Так, например, на Free-lance.ru, количество размещаемых заказов в месяц в среднем в 3 раза меньше общего числа активных фрилансеров, т. е. только каждый 3-ий фрилансер может потенциально стать исполнителем заказа.

Как мы уже отмечали выше, процесс размещения заказа (проекта) и поиска его исполнителя на бирже удаленной работы происходит в виде тендера или конкурса в определенном профессиональном разделе. В свою очередь электронный фрилансер может участвовать в тендере по средством подачи ставки, где ему, как правило, необходимо указать цену ставки, сроки выполнения работы, а также текстовое сообщение заказчику и возможность приложить дополнительный документ.

Основная часть тендера заключается в том, что заказчик получает несколько предложений одновременно, что создает условие конкурентных торгов за право выполнения предложенного заказа, т.к. реакция потенциальных исполнителей видна как самому заказчику так и всем другим участникам тендера, которые следят за его ходом. Основные параметры заявки - стоимость и сроки выполнения работ, они же являются основными параметрами в конкурентной борьбе между потенциальными исполнителями. Однако если же «открытого торга» за право стать исполнителем заказа между электронными фрилансерами, в принципе, не возникает, то заказчик просто проводит сравнительный отбор, на основании тех же параметров предложения электронного фрилансера, а также его портфолио, в котором особую роль занимает оценка качества и сложности предыдущих работ, продолжительность работы на бирже удаленной работы, а также характеристика отзывов оставленных предыдущими заказчиками (*«В первую очередь - его портфолио. Затем стоимость услуг. Квалификация, как правило, видна из примеров работ. Если нет, то возможно учесть отзывы других заказчиков, показатель рейтинга, активность на сервисе и т.п.»* - Игорь-заказчик). Как правило, в случае отрицательного или неопределенного решения в пользу того или иного предложения потенциального исполнителя заказчик не реагирует на него, попросту игнорируя, однако в случае минимальной заинтересованности, он начинает процесс коммуникации через обмен текстовыми сообщениями.

Издержки заказчика на оценку и выбор электронного фрилансера напрямую зависят от количества поданных заявок от потенциальных исполнителей, более того, они также зависят от качества механизмов сетевой инфраструктуры на электронном рынке услуг, которые позволяют производить эти оценки, т.е. чем они эффективнее тем меньше эти издержки на анализ полученной информации (*«...ищу через сайты фрилансеров, бывает через друзей. Опыт есть... Плюсы: возможность увидеть портфолио. Минусы - очень много, сложно всех*



*посмотреть... несколько недель уходит» - И-заказчик).* Участие же потенциальных исполнителей в тендере заказа на бирже удаленной работы весьма тесно связано с его стажем, опытом, издержками участия в торгах и потенциальными выгодами, т.к. чем больше электронных фрилансеров участвуют в тендере, тем меньше вероятность для каждого из них победить и соответственно меньше ожидаемая выгода. К тому же если предположить, что электронные фрилансеры сами не будут производить анализа и оценки своих возможностей участия в том или ином тендере, потенциальных выгод и вероятности стать исполнителем этого заказа, то каждый из них должен был бы тогда участвовать в каждом из них, таким образом, заказчик попросту не смог бы проводить анализ и оценивать предложения каждого потенциального исполнителя, т.е. его издержки «полноценного» сравнения и выбора исполнителя были бы неизмеримо высоки. В качестве подтверждения, заметим, что например, на популярной бирже Free-lance.ru в январе этого года размещалось около 479 заказов в день, тогда как активных фрилансеров на этот момент на сайте оперировало более 44,5 тыс., таким образом в среднем, каждый заказ должен был бы получать более 90 предложений от фрилансеров. Схожая ситуация складывается и на иностранных биржах удаленной работы, например, на Elance.com в то же время каждый проект должен был получить около 105 предложений от фрилансеров.

Но этого не происходит, во многом, именно по причине того, что электронные фрилансеры с разным опытом работы дифференцируют свое участие в различных заказах, также основываясь на своей занятости, бюджета и сроков заказа, а также предыдущего опыта в проектах (*«Смотрю, смогу ли я это сделать или нет – это главное. Конечно, важно и есть ли у меня время, сколько уже есть заказов, и сколько платят за заказ. Бывает, что заказчик предлагает слишком маленькую цену...» - Николай-фрилансер*). В свою очередь, возможность подобной оценки фрилансерами тесным образом связана с качеством описания проекта, его деталей и требований. Так, биржи удаленной работы вырабатывают механизмы размещения заказа на электронных рынках услуг, в частности, возможность указания специальных характеристик заказа в каждой конкретной профессиональной специализации с учётом её специфик, а также предложение типовых форм/шаблонов для написания заданий, либо примеров описаний похожих заказов. Такие рыночные институты не только оптимизируют процессы размещения заказа, но и улучшают координацию этого этапа взаимодействия агентов.

Также стоит заметить, что часто на бирже удаленной работы поисковые издержки заказчика не ограничиваются анализом, оценкой и отбором исполнителя. Не только электронные фрилансеры занимаются предварительным поиском заказов, но и заказчики на электронных рынках услуг предварительно ищут, отбирают и оценивают потенциальных

участников своего тендера, что и позволяют делать функциональные возможности бирж удаленной работы. К тому же, для многих потенциальных исполнителей этот «шаг» заказчика является сигналом к более тщательному и серьезному подходу к организации работы, т.е. тот факт, что заказчик готов потратить свое время и усилия на предварительный поиск и отправку предложений участия электронных фрилансеров в тендере, является для последних стимулом к участию. (*«Раньше и сам что-то искал. Отсматривал предложения о работе, которые появлялись на сайте, отвечал на них, так и получал заказы. Заказчики тоже часто обращались»*). - Переводчик-фрилансер; *«Всегда ищем сами»* - И-заказчик).

Важным фактором, влияющим на участие потенциальных исполнителей в тендере заказа является качество постановки целей и задач заказа, например, наличие технического задания, четко поставленных сроков, и примерного бюджета заказа, примеров уже выполненных работ, приложенных к описанию файлов, т.к. качество первоначальной формулировки задач и деталей в последствии определяет:

- Издержки координации, согласования и коммуникации с заказчиком;
- Возникновение ситуации неудовлетворенности результатами работы, и как следствие, возникновение проблемной ситуации;

С другой стороны, таким образом, потенциальный исполнитель, фактически, производит оценку затрачиваемых усилий и времени заказчика на формирование им предложения (заказа), что непосредственно становится фактором принятия решения об участии в торгах заказа.

### ***Проблема анонимности и асимметрия информации.***

Доверие, само по себе представляет собой уверенное ожидание благоприятного исхода потенциально незащищенных взаимодействий с другими индивидами, и неизбежно связано с тем фактом, что социальные отношения носят временный и условный характер. Ожидаемый индивидом исход взаимодействий, формирующий и контролирующий его текущее поведение, существует в момент начала взаимодействия только в его воображении и может отличаться от действительных событий, которые развертываются в объективной реальности с течением времени — такие обстоятельства формируют ситуацию неопределенности. Во многом, именно в такой ситуации и оказываются участники электронных рынков услуг, которая заключается в том, что существует расхождение между внутренними проекциями и внешними обстоятельствами. Под неопределенностью подразумевается как ситуация, порождающая потребность в доверии, и преодолеваемая благодаря доверительным отношениям. Проблема формирования доверия в условиях неопределенности, и в частности

недостаточности оснований для формирования доверительных отношений, являются наиболее актуальными из существующих не только на электронных рынках услуг, но и во всей глобальной сети Интернет.

В самом широком ключе, в начале своего развитие доверие, в основном, относилось к области электронной коммерции. Акцент доверительного отношения сводился к тому, на сколько индивид, оперируя в глобальной сети, доверял свои личные данные тому или иному веб-сайту. Для этого на протяжении многих лет, разрабатывались и продолжают разрабатываться правила и инструменты, которые призваны повысить этот уровень доверия индивида к сайту, например, показатель того, что за сайтом стоит реальная компания, использование шифрования в передачи конфиденциальных данных, объяснение что будет происходить с полученной от индивида информацией, отзывы от третьих лиц о надежности Интернет-ресурса, постоянные обновления сайта, профессиональный дизайн, и.т.д.

Однако, на данные период основной акцент доверительного отношения сменился с веб-сайтов и тех кто за ними стоял, на тех кто этими сайтами пользуется, т.е. на других индивидов, которые все чаще взаимодействуют друг с другом, в различных сферах и на различных современных ресурсах, будь то развлечение, обмен информацией, простое общение или бизнес. Основная проблема заключается в том, что информация генерируется не «одним» создателем веб-сайта, как прежде, а любым индивидам, и может быть изменена или более того попросту неактуальна. Отсюда возникает очередная причина отсутствия доверительного отношения — это значительное ускорение смены и устаревания информации. Так проблема доверия к информации и взаимодействию на отдельно взятом сайте сменяется проблемой доверия к информации пользователя и взаимодействию с ним, т.е. тут же возникает основной вопрос «анонимности».

Как и основные источники проблемы доверия так и способы ее разрешения сменились на протяжении последних 7-10 лет. Электронные рынки услуг стали тому ярким примером, ведь именно предоставляемая пользователями информация является ключевым объектом внимания, более того, этот рынок услуг крайне чувствителен к этой информации, т.к. она играет одну из главных ролей в процессе взаимодействий участников рынка.

Участникам рынка все чаще приходится убеждать, что он является тем, за кого себя выдает, например, практически не один процесс регистрации нового пользователя на бирже удаленной работы не проходит без подтверждения личной электронной почты (или иногда домашнего адреса), пригласительной и рекомендательной систем, которые позволяют использовать сервис только через доверительное лицо, системы взаимных рекомендаций, оценок и комментариев, и.т.д. Таким образом, чем более совершенны и прозрачны системы

проверки достоверности любой информации генерируемой индивидуумами, тем в меньшей степени проблема доверия будет сводиться к проблеме «анонимности».

К сожалению, вопрос «анонимности» на электронных рынках услуг не является единственным источником отсутствия доверительного отношения между участниками рынка<sup>31</sup>, по причине того, что сам «феномен доверия» на электронных рынках услуг мы можем разделить на два основных типа, согласно объекту на которое оно направлено:

*Таб. 4. Типы доверия на электронных рынках услуг*

<b>Тип доверия</b>	<b>Источник проблемы</b>
1. Доверие к личной и профессиональной информации;	Анонимность
2. Доверие к ожидаемым результатам взаимоотношений;	Репутация

Рассмотрим проблему анонимности несколько более подробно, к вопросу же «репутации» мы вернёмся в нашей работе ниже, где рассмотрим этот составной механизм поддерживающий доверие на электронных рынках услуг не только с точки зрения его как совокупности формирующегося институтов, но и с позиции его как воплощения социального капитала фрилансера.

Таким образом, мы можем говорить о том, что доверительные отношения в виртуальном пространстве, и в частности на электронных рынках услуг, опираются на действие ряда поддерживающих институтов, гарантирующих, оправдывающих и страхующих это доверие между участниками рынка.

### ***Анонимность***

Проблема достоверности генерируемой и получаемой информации на электронном рынке услуг на данный момент стоит особенно остро, причиной тому являются деловые взаимоотношения между электронным фрилансером и его заказчиком, где участники могут никогда лично не встречаться и не знать друг друга «в лицо». По этой основной причине — взаимодействуя в удаленном доступе, часто участники рынка вынуждены опираться на информацию, которая указана на страницах бирж удаленной работы.

В большинстве случаев, личная и профессиональная информация указываемая самими

---

<sup>31</sup> Как, например, это может быть на любых информационно-новостных Интернет-ресурсах, где взаимодействие между пользователями ограничивается, как правило, генерацией информации и ее достоверностью. Примером может быть база данных Интернет-энциклопедии wikipedia.org, где до сих пор очень большая часть материалов добавленных ее пользователями вызывает низкое доверие, по причине своей достоверности.

участниками рынка не подвергается проверке, таким образом, у пользователя появляется возможность использования заведомо неверной или искажённой информации в своих личных целях. К сожалению, на данный момент эта проблема на электронных рынках услуг решается наиболее трудоёмко, по причине проблематичности проверки указываемой информации такого большого количества участников рынка. На данный момент, как правило, выявление случаев недостоверной информации, происходит за счет самих участников, которые обращаются в администрацию бирж удалённой работы в ситуации ее обнаружения.

Единственный из пока существующих способов повышения доверия к указываемой участниками информацией — это ее проверка и подтверждение третьей стороной, которой часто выступает сама биржа удалённой работы, например, в лице его администрации. Некоторые электронные рынки услуг (для примера рассмотрим Elance.com) пошли именно этим путем и ввели специальные механизмы проверки и подтверждения указываемой рабочей информации. Так, на данный момент, существует два проверяемых и подтверждаемых параметра профессиональной информации на Elance:

- *Навыки (Skills)*: у электронного фрилансера есть возможность самостоятельно указать количество и качество своих навыков, оценив их по 10-и бальной шкале. Однако, здесь же есть возможность пройти «он-лайн тестирование» на уровень того или иного навыка, по окончании теста информация появляется на личной странице электронного фрилансера. Возможность повторного прохождения тестирования появляется только по истечению определенного периода времени, чтобы исключить возможность их постоянного прохождения. Таким образом, через подобный механизм объективного контроля информации о навыках фрилансера на бирже удаленной работы, электронный рынок услуг формирует не только доверительное отношение, например, заказчика к профессиональному уровню электронного фрилансера в определенной области, но и задает собственные стандарты качества знаний и уровень знаний в этих профессиональных областях. Однако обозначать данные механизмы подтверждения информации как полноценные институты не стоит, по причине того, что хотя Elance.com и является одной из крупнейших бирж удаленной работы, подобные механизмы всё ещё не получили должного распространения, чтобы стать стандартами проверки профессиональных знаний электронных фрилансеров.
- *Профессиональная информация (Credentials)*: также у электронного фрилансера есть возможность пройти проверку своих профессиональных данных, таких как сертификаты, дипломы, лицензии, места работы и должность, и пр.

Проверка указываемых электронным фрилансером данных заключается в том, что администрация электронного рынка услуг, за определенную фиксированную плату, самостоятельно проверяет достоверность информации, после чего подтверждает ее собственным обозначением («Verified»), который доступен для любого участника электронного рынка около соответствующей информации на личной странице электронного фрилансера. В целях безопасности и достоверности, эту информацию после проверки нельзя изменить, в противном случае она потребует повторной верификации. Таким образом, электронный рынок услуг, в своей позиции третьего «нейтрального» лица, делает попытку разрешения проблемы доверия к достоверности указываемой профессиональной (рабочей) информации.

Многие биржи удаленной работы являясь инфраструктурой этого рынка услуг, самостоятельно разрабатывают собственные способы проверки указываемых профессиональных данных участниками рынка, как правило, подобные механизмы подкрепляются и обеспечиваются авторитетом самой биржи удалённой работы, т.к. данные проверяются администрацией Интернет-ресурса.

Заметим ещё раз, что, как правило, подобный процесс носит избирательный и «добровольный» характер, т.е. электронных фрилансер может и вовсе не совершать верификацию собственных профессиональных данных. Однако мотивация и возможные выгоды использования этих процессов очевидны: таким образом, потенциальный исполнитель демонстрирует заказчикам, что его профессиональная информация наиболее полна и открыта для общего доступа, более того, подтверждается третьей независимой стороной, фактически рассматривая это как инвестиции в установление доверительных отношений и нейтрализацию влияния проблемы анонимности.

### *Асимметрия информации на электронных рынках услуг и «сигналы» фрилансеров*

Как мы уже заметили выше на электронных рынках услуг возникает ситуация неопределенности по причине, либо недостаточного количества информации об участниках и их услугах, либо сомнения в её достоверности.

Другими словами, на рынке электронного фриланса мы наблюдаем яркий пример теории асимметричной информации в экономике и как следствие возникновение ситуации неопределенности, которая была отмечена Кеннетом Эрроу<sup>32</sup> и затем развита Джорджем

---

<sup>32</sup>[http://en.wikipedia.org/wiki/Kenneth\\_Arrow](http://en.wikipedia.org/wiki/Kenneth_Arrow)

Аркерлофом<sup>33</sup>, Джозефом Стиглицем<sup>34</sup> и Майклом Спенсом<sup>35</sup>. Проблема доверительного отношения между участниками рынка в процессе взаимодействий во многом возникает именно по причине асимметрии информации на электронных рынках услуг. То есть, на данном рынке электронный фрилансер, как продавец собственных услуг, обладает большей информацией о своих профессиональных навыках и способностях, чем заказчик, т.е. одна из сторон сделки обладает значительно большей информацией, чем другая, что вызывает асимметрию информации на рынке, т.е. заказчику как покупателю услуг необходимо делать выбор и самостоятельно отделять высококвалифицированных и опытных («качественных») электронных фрилансеров от низкоквалифицированных с отсутствием опыта («некачественных»).

Для этого сами электронные фрилансеры помогают заказчикам найти «качественного» исполнителя, стараясь выделиться и обозначить себя как такового. Таким образом, электронные фрилансеры действуют согласно «теории сигналов», в частности предложенную Майклом Спенсом в 1973 году.

Поясним это утверждение, в ситуации асимметричной информации на электронных рынках услуг, т.е. в ситуации неопределенности, когда имеющейся информации, либо недостаточно, либо её невозможно верифицировать, электронным фрилансерам необходимо «посылать» своим потенциальным заказчикам «опознавательные сигналы» о своей принадлежности к тому или иному типу исполнителей, которые в процессе распознавания не только снижают его риск выбора «некачественного» исполнителя, но и призваны разрешать проблему доверительного отношения к указываемой фрилансером информации.

Если «система сигналов» о качестве услуг фрилансеров на электронных рынках существует, то какого рода сигналы используются, что они собой представляют?

В качестве такого сигнала, одним из ярких примеров, может служить использование электронным фрилансером платных учётных записей (аккаунт) на бирже удаленной работы, где ценность приобретает не столько технические возможности<sup>36</sup>, которые предоставляются фрилансеру, а его символические качества - как сигнал потенциальному заказчику, о том, что электронный фрилансер готов тратить свои собственные средства, т.е. его намерения для совместной работы носят серьезный характер. Более 58% респондентов фрилансеров, которые имеют платную учётную запись на биржах удаленной работы получают через них 50 и более процентов из всех своих заказов, та же доля заказов наблюдается у 39% респондентов без платной учётной. Наличие платного аккаунта на биржах удаленной работы

<sup>33</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/George\\_Akerlof](http://en.wikipedia.org/wiki/George_Akerlof)

<sup>34</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Stiglitz](http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Stiglitz)

<sup>35</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Michael\\_Spence](http://en.wikipedia.org/wiki/Michael_Spence)

<sup>36</sup> Как правило, это расширенные возможности для использования фрилансером сервисов бирж удаленной работы.

для фрилансера становится способом привлечения большего количества заказов. Таким образом, биржи удаленной работы, создали институт, который позволяет электронным фрилансерам использовать подобного рода «сигналы», чтобы выделять высококвалифицированных и серьёзно настроенных на работу исполнителей.

Если рассмотреть процесс «сигналирования» фрилансерами более подробно, то мы можем увидеть, что помимо платных учётных записей, также существуют другие институты, которые формализованы и действуют на биржах удаленной работы, носящие ту же смысловую нагрузку в качестве «сигналов» для заказчиков — это протестированные навыки в определенной профессиональной области, проверенная личная и рабочая информация, указание списка наиболее полных контактных данных, отзывы фрилансера, и.т.д. Основной задачей перечисленных институтов, с точки зрения «системы сигналов» является противодействие неопределенности качества услуг предоставляемых на рынке и формирование доверия, на различных этапах сотрудничества контрагентов.

В процессе нашего проведенного анализа на электронных рынках услуг, нам удалось не только отметить явное присутствие «системы сигналов», но и увидеть, что институты, которые для этого используются и обеспечивают её встроены и формализованы на биржах удаленной работы.

Также стоит заметить, что активное использование институциональных возможностей, которые формализованы на электронных рынках услуг, можно рассматривать в качестве «инвестиций» в будущие потенциальные заказы, что также есть определенные основания трактоваться заказчиками как «сигнал» профессионального фрилансера.

### ***Проблема неформальности взаимоотношений и механизмы обеспечения обеспечения обязательств***

Как мы уже неоднократно отмечали выше в нашей работе, особенность электронных рынков услуг заключается в том, что на этом рынке действуют, как правило, краткосрочные деловые взаимоотношения, которые не скрепляются официальными договорами.

Таким образом, одной из ключевых проблем в вопросе формирования доверительных отношений и координации взаимодействий между агентами на рынке, является проблема неформальности их взаимоотношений. Проблема неформальности становится ещё более острой по той причине, что на электронных рынках услуг контрагенты крайне редко встречаются друг с другом лично. Все эти факторы не могут не сказаться на проблемах несоблюдения договоренностей между агентами на рынке и оппортунистических действий.

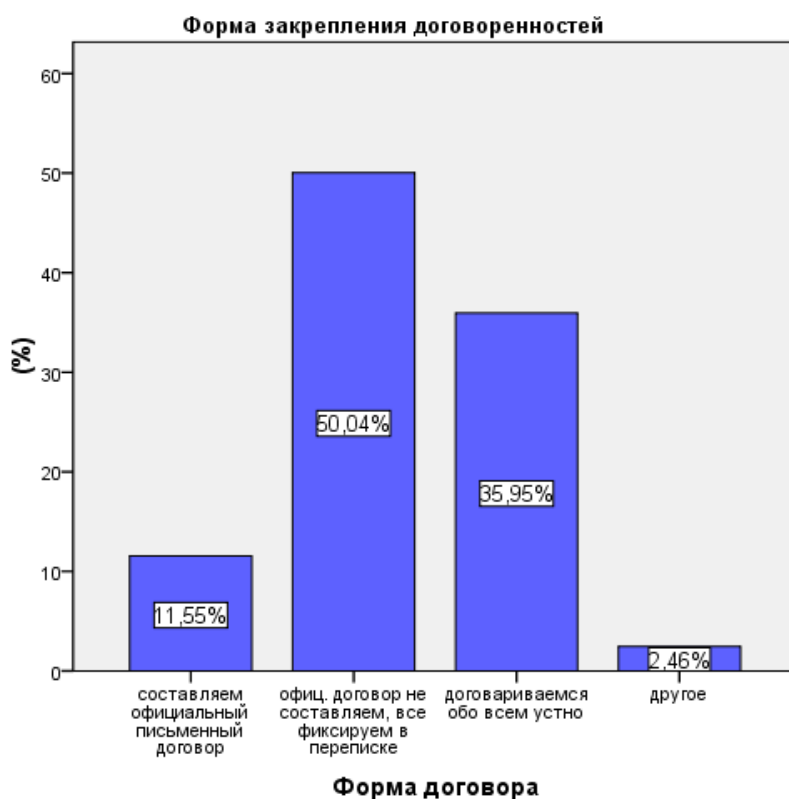
Как показывает опрос, только 11,5% всех респондентов используют официальный письменный договор при оформлении отношений с заказчиками. Как правило, закрепление



договоренностей между контрагентами ограничивается фиксацией деталей совместной работы в переписке (50,4%), однако стоит заметить немаловажный факт того, что около 36% всех фрилансеров в принципе договариваются обо всем только в устной форме («... обычно устно, на то это и фриланс. Приходится надеяться друг на друга, прицениваться, проверять. Только один раз мы подписывали с заказчиком договор, и то по его инициативе, но я был не против.» - Петр-Фрилансер).

Значительно чаще к составлению официального договора при оформлении взаимоотношений прибегают фрилансеры, которые либо совмещают свою занятость с предпринимательской деятельностью (около 25%), либо те, кто оперирует в сфере деловых услуг (около 20%). Мы можем объяснить это тем фактом, что как предприниматели, так и фрилансеры из сферы деловых услуг, в значительной степени больше и активнее связаны с официальными договорными отношениями в силу специфики их деятельности.

Рис. 7. Формы закрепления договоренностей между контрагентами.



Такой низкий уровень использования формализованных средств закрепления договоренностей на рынке можно объяснить спецификой организации деловых взаимоотношений, которые носят краткосрочный и удаленный (дистанционный) характер, и для большинства контрагентов составление формального письменного договора является долговременной и неудобной процедурой. Если же речь идет о долгосрочных

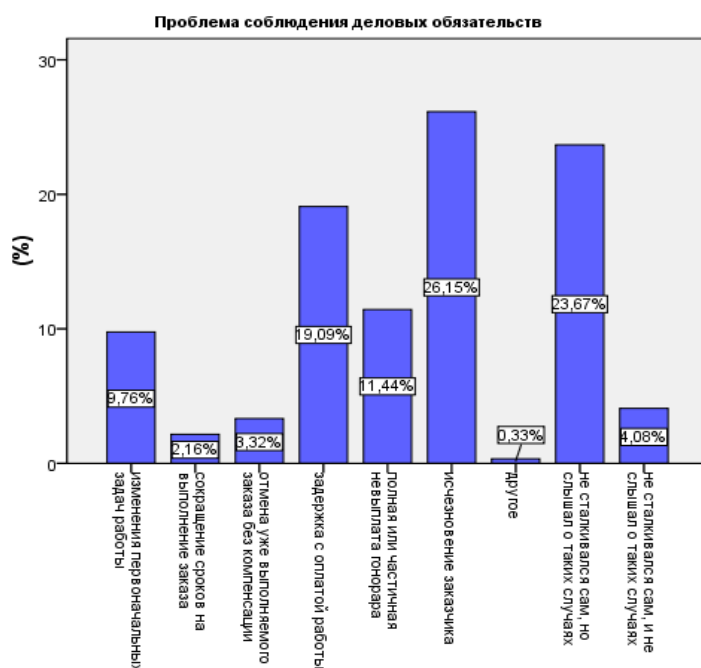
взаимоотношениях между контрагентами и высокобюджетных заказах, то заключение формального договора является скорее правилом - «Естественно, конечно, за 400 долларов или за 10 тысяч можно так договориться. Можно даже за 20 так договориться. Но если, допустим, я только своими финансами рискую, это одно. Если сумма идет порядка 10 тысяч долларов, даже если...» (Роман-Фрилансер).

Однако подобная ситуация должна в значительной степени отражаться на практике не соблюдения договоренностей, когда отношения не закрепляются формально, что может побуждать агентов к оппортунистическим действиям.

Так, например, мы можем отметить, что в 2008 году с серьезными нарушениями, которые повлекли за собой финансовые потери, столкнулись почти 60% всех электронных фрилансеров, тогда как с менее критичными нарушениями сталкивалось вдвое меньше людей. Самыми распространенными проблемами несоблюдения договоренностей стали: «исчезновение заказчика» (26%), «задержка с оплатой работы» (19%) и «полная или частичная невыплата гонорара» (11,5%).

Что же касается способов разрешения возникающих конфликтных ситуаций, то самым распространенным из них мы можем выделить «переговоры с заказчиком», к которому прибегали более 37% респондентов, остальные же способы разрешения возникших разногласий между контрагентами оказались менее популярными среди фрилансеров (обращение в судебные инстанции). Стоит отметить, что более четверти всех, кто столкнулся с проблемой несоблюдения обязательств со стороны заказчика, не смогли разрешить её ни одним из способов.

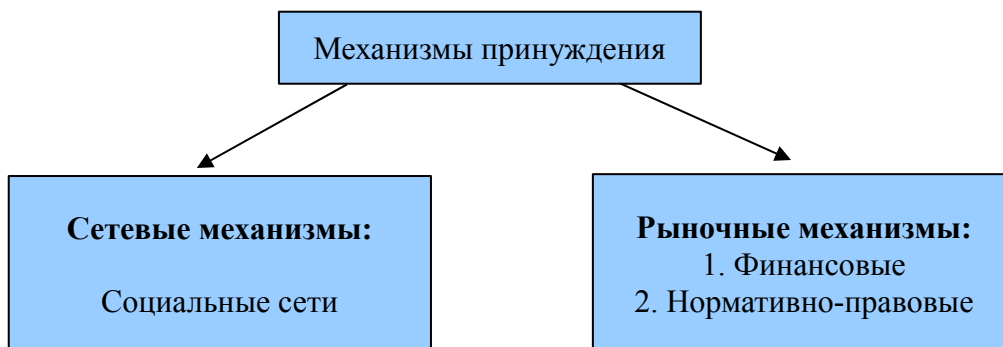
Рисунок 8. Проблемы соблюдения договоренностей.



Каким же образом форма заключения договоренности между контрагентами влияет на вероятность их нарушения? В действительности, как показывают наши данные, форма закрепления договоренностей между контрагентами практически не влияет на уровень нарушений со стороны заказчика, так например, заключение формального письменного договора снижает риск «отмены уже выполняемого заказа» и «исчезновение заказчика» на 1,7% и 3,6% соответственно, что весьма незначительные изменения.

Однако значительное влияние на уровень нарушений и несоблюдений договоренностей оказывает способ получения фрилансером новых заказов: с использованием сильных социальных сетей (работа с постоянными заказчиками, по рекомендации бывших заказчиков, клиентов, друзей), или слабых рыночных связей (через биржи удалённой работы, собственный сайт или форумы, блоги и соц. сети в Интернете). Из респондентов, которые отметили самые распространенные проблемы - «исчезновение заказчика», «задержка с оплатой работы», «полная или частичная невыплата гонорара» более 75% преимущественно получают новые заказы не через соц. сети, а через связи на открытом рынке. Таким образом, сильные и укорененные социальные сети между контрагентами действительно помогают избежать возможное возникновение проблемных ситуаций, т.е. фактически являются механизмом гарантирования исполнения взаимных обязательств, тогда как формализация договоренностей между агентами, как правило, не ведет к снижению уровня нарушений договоренностей.

*Рис. 9. Механизмы принуждения исполнения обязательств.*



Вероятнее всего, что на данный момент, в условиях, когда на электронных рынках услуг, всё ещё не достаточно развиты механизмы принуждения, исполнение договоренностей и поддержание доверительных отношений между контрагентами во многом обеспечивается их включенностью в социальные сети, от силы последних может зависеть уровень возможных нарушений.

## **Стандартизация и формализация взаимоотношений. Координация рабочего процесса между контрагентами.**

### **Стандартизация взаимодействий совместной работы фрилансера и заказчика**

В основе стандартизации и формализации процессов взаимодействий между контрагентами на электронных рынках услуг лежат институты, которые обеспечивают установление определенных механизмов и схем последовательных действий участников. Подобные институты, как правило, могут формироваться двумя структурами на электронных рынках услуг — это биржи удалённой работы и государство. Однако участие государства в формировании нормативно-правовых оснований для стандартизации и формализации взаимоотношений между участниками электронных рынков услуг, практически полностью отсутствует. По этой причине основным создателем формальных правил и стандартизированных механизмов взаимодействий фрилансеров и заказчиков являются локальные инфраструктуры — такие как биржи удаленной работы. Как, мы уже отмечали выше, именно на них образуются институты, которые позволяют координировать взаимодействия участников рынка и сформировать доверительные отношения между ними.

Отдельное место в вопросе координации действий между агентами на электронных рынках услуг занимает процесс согласования деталей, условий работы и переговоров в целом. Помимо того, что этот этап призван снизить риски возникновения проблемных ситуаций в дальнейшем и в частности проблему «ожидание — результат», это также важный сигнал для обеих сторон взаимодействия, во-первых, оценка профессиональных навыков коммуникации потенциального исполнителя, во-вторых, оценка затрачиваемых времени и усилий заказчика к достижению конечной цели заказа, что положительным образом сказывается на активности потенциальных исполнителей.

Рассмотренные нами выше каналы поиска контрагентов на рынке, издержки взаимных поисков и коммуникации, формы закрепления договоренностей, как правило, связаны с первыми этапами взаимоотношений заказчика и электронного фрилансера. Оба субъекта также находятся в ситуации неопределенности или информационного вакуума, и в процессе непосредственной совместной работы, согласовывая и контролируя ход исполнения работ заказа, т.к. их взаимоотношения построены преимущественно на удаленной (дистанционной) основе (*«Промежуточный контроль, как правило, есть. Оценивать прогресс в условиях, когда фрилансер вне зоны доступа, невозможно, но как правило, диалог во время разработки ведется.» - Игорь-Заказчик*). Задача исполнителя заказа сводится к тому, чтобы эффективно организовать свой рабочий процесс и завершить работу в поставленные сроки, в то время как заказчик после достижения договоренностей осуществляет контролирующую функцию.

Как правило, на биржах удаленной работы<sup>37</sup> этот вопрос решается крайне слабо, оставляя возможность свободного и самостоятельного решения проблемы контроля рабочего процесса и взаимодействия. Особенно это утверждение верно для российских электронных рынков услуг, где процессы коммуникации и контроля хода непосредственного рабочего процесса вынесены «за пределы» бирж удаленной работы. Во-первых, это может говорить о низком уровне институционализации (и соответственно стандартизации) этих процессов на российском рынке электронного фриланса в целом, во-вторых, это может выражаться в общей неготовности (или неспособности) российских заказчиков и электронных фрилансеров формализовать эти рабочие процессы, оставляя их максимально гибкими, и в тоже время вызывающими значительно большие проблемы и риски в вопросах координации и контроля в ситуации неопределенности.

Но, несмотря на это, в процессе совместной работы над заказом у электронного фрилансера не может не возникнуть необходимость в согласовании и подтверждении у заказчика промежуточных вариантов работы. При этом, не только со стороны заказчика возникает желание увидеть предварительные результаты, но и исполнитель, как правило, если объем работы довольно большой, проявляет желание предоставлять их, чтобы избежать возможных проблемных ситуаций и снизить риски не оправдания взаимных ожиданий сторон по окончании работы над заказом - (*«обычно мы поддерживаем связь с заказчиком во время работы, чтобы он знал, как все продвигается, чтобы я понимал, правильно ли все делаю, так ли хочет заказчик»* - Пётр-Фрилансер). Количество подобных промежуточных этапов согласования разнится в зависимости от сложности поставленных задач заказа, сроков установленных на его реализацию, которые могут быть закреплены в техническом задании, переписке или формальном договоре. Несмотря на то, что в процессе непосредственной работы с заказом исполнитель предоставляет заказчику предварительные результаты, в процессе окончательной сдачи работ заказа, как правило, возникает необходимость внесения изменений (*«Да, во время работы всегда есть промежуточные результаты, которые я показываю. Иначе можно сделать что-то не то... Заказчик смотрит итоговый вариант, делает комментарии. Если его что-то не устраивает... я исправляю»* - Владислав-Фрилансер). Таким образом, очевидно, что непосредственный рабочий процесс с заказом в удаленном доступе — это процесс растянутый во времени, который, к тому же, нуждается в координации хода работ и решений принимаемых сторонами, что на данный момент на многих биржах удаленной работы вынесено для самостоятельного решения участниками рынка, вызывая во многих случаях дополнительные проблемы и риски.

Однако же некоторые биржи удаленной работы, например, такие как Elance.com или

---

<sup>37</sup> В особенной степени это касается электронных рынков с низкой степенью формализации и интеграции.

oDesk.com, позволяют решать подобные проблемы координации и контроля сторон в удаленном рабочем процессе в рамках собственных Интернет сайтов, в еще большей степени интегрируя собственные функциональные возможности в этапы взаимоотношений между участниками и стандартизируя их, чем это было ранее.

Так, эти биржи удаленной работы, предоставляют возможность в рамках каждого отдельного заказа использовать систему управления ходом работы с заказами. Например, на Elance.com перед началом работы с заказом, существует возможность обозначения и указания промежуточных этапов работы («Milestones»), которые имеют: название, дату завершения и стоимостной эквивалент (высчитываемый из общего бюджета проекта). Каждая из сторон, как заказчик, так и исполнитель, могут вносить свои изменения в этот список промежуточных результатов, однако работа с заказом не начинается до тех пор, пока обе стороны не примут их условия. В дальнейшем, участники совместной работы с заказом могут помечать утвержденные этапы особыми метками в системе отслеживания результатов и хода работы<sup>38</sup>: «Выполнено», «Выполняется во время», «Не укладывается в срок», и.т.д., а также указывать примерный процент завершения и комментарии к тому или иному этапу работы с заказом.

Более того, в данную систему управления ходом работы с заказом также включена и возможность обмена электронными файлами, т.е. фактически реализована система документооборота между взаимодействующими сторонами.

Похожая система контроля рабочего процесса осуществлена и на другом популярном электронном рынке услуг — oDesk.com, однако, отличительной особенностью этого электронного рынка является еще большее сосредоточение на вопросе координации, отслеживания и контроля непосредственного рабочего процесса. Если на Elance.com контроль рабочего процесса и происходит практически непрерывно, но все же подразумевает некоторую «отложенность» ответа/реакции другой стороной взаимодействия на изменения происходящие в ходе работы, то на бирже удаленной работы oDesk.com этот вопрос решается иным образом. По мимо описанных выше возможностей на Elance.com, процесс контроля хода рабочего процесса здесь происходит «в режиме реального времени». На данном электронном рынке услуг существует возможность контроля не только этапов работы и статуса их выполнения, но и количества времени, которое исполнитель находится в режиме «работы» на сайте, т.е. учет количества часов, затрачиваемое на работу. Более того, осуществлена возможность сбора виртуальной команды из различных электронных фрилансеров, которым отводится определенная часть работы заказа, и где заказчик является руководителем, здесь же происходит непосредственное «он-лайн» общение между

<sup>38</sup> На Elance.com данная возможность (сервис) носит название “Status Reports” и является дополнительной возможностью, но не обязательна к использованию.

участниками этой команды и возможность использовать веб-камеру. Так, фактически происходит сбор временной проектной команда («временной виртуальной компании»), задача которой выполнение определенного заказа, после чего члены этой команды расходятся и принимают участие в формировании другой.

Таким образом, мы можем наблюдать как степень формализации и интеграции в деловые взаимоотношения участников на бирже удаленной работы влияет на координацию взаимодействий между заказчиком и фрилансером на электронных рынках услуг, вырабатывая механизмы контроля и стандартизации процесса взаимодействий. Однако, на данный момент, выработка подобных механизмов на подавляющем большинстве бирж удаленной работы находится на своей начальной стадии и является скорее исключением, чем правилом. Выработка подобных правил взаимодействий и поддержание этих правил (институтов) находится в стадии постоянной адаптации и поиска наиболее оптимальных решений для взаимоотношений контрагентов на рынке.

### **Механизмы финансовых взаимодействия фрилансера и заказчика**

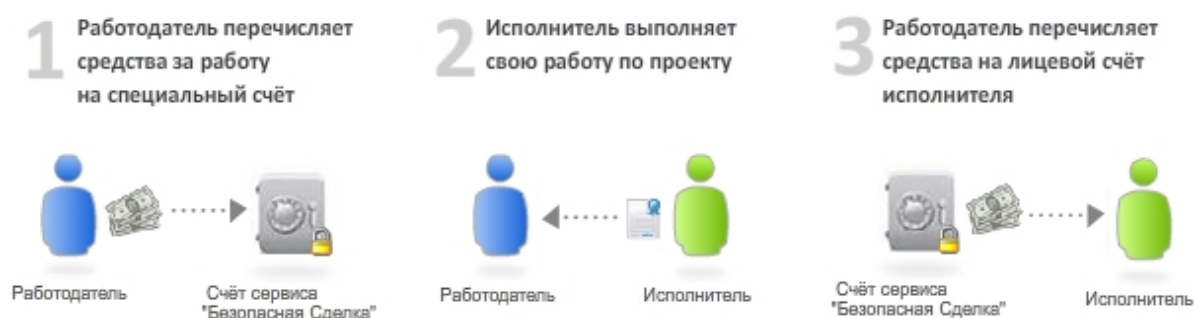
Как мы уже замечали выше, особое место в процессе взаимодействий участников электронного рынка услуг является контроль финансовых взаимоотношений и обязательств. Именно этот этап является наиболее незащищенным и чувствительным к возникающим проблемам - треть всех проблемных ситуаций возникающих у электронных фрилансеров с их заказчиками связаны именно с финансовой стороной вопроса. Иногда заказчики умышленно отказываются платить деньги своему исполнителю после получения готовой работы и, фактически, «исчезают» (*«Бывает, что заказчик исчезает. Просто берет и исчезает. Ты делаешь, делаешь, делаешь, уже практически сделал, т.е. работал две недели, потом раз и он исчез. Ты с ним общался по аське и по почте, а он просто перестал отвечать.» - Александр-Фрилансер*). Однако, у электронных фрилансеров, с такой проблемой в основном сталкиваются начинающие работники, т.к. большинство из них вырабатывают четкие стратегии предотвращения подобных оппортунистических действий. Эти механизмы и правила взаимодействий снижают и контролируют финансовые риски и вероятность потери времени исполнителей, а именно:

1. Начало работы исключительно после предоплаты в размере от 10 до 30-50% от бюджета всего заказа;
2. Поэтапная оплата выполненных работ заказа;
3. Передача части работы для демонстрации выполненного заказа, после полной оплаты заказа, исполнитель передает всю выполненную работу целиком.

Биржи удаленной работы на рынке электронного фриланса, также вырабатывают механизмы стандартизации и формализации финансовых взаимоотношений между участниками. Более того в отличие от непосредственного рабочего процесса с заказами, который, как мы уже отмечали выше, слабо интегрирован на электронных рынках услуг, особенно на российских — эти институты присутствуют практически на каждом электронном рынке, и причина видится, именно в остроте проблемы и частоте возникновения проблем координации подобного рода.

Биржи удаленной работы участвуют в процессах финансового взаимодействия между заказчиком и его исполнителем в качестве третьей «независимой» стороны. Как на российских, так и на иностранных электронных рынках услуг, распространен и закреплён один единственный «механизм» – это так называемый «Escrow»<sup>39</sup> («SafePay», «Безопасная сделка», «Сделка без риска» и пр. на российских биржах), он может быть полностью автоматизированным на бирже удаленной работы, либо может проходить под непосредственным контролем администрации электронного рынка услуг, однако, основной принцип работы остается одним и заключается в следующем:

*Рис. 10. Механизмы стандартизации финансовых взаимодействий.*



1. Заказчику предлагается создать «неофициальный договор» или «техническое задание заказа», где указывается сроки, детали и другие критерии необходимых для выполнения работ, и отправляет на подтверждение исполнителю;
2. Исполнитель подтверждает его условия созданного и уведомляет об этом заказчика;
3. Свои денежные средства за оплату работы заказчик перечисляет на «расчётный счёт», который специально создаётся для конкретного заказа в рамках биржи удаленной работы.
4. Исполнитель убедившись, что денежные средства перечислены на этот счёт, начинает работу, предусмотренную в договоренностях.

<sup>39</sup> Дословно с английского этот термин переводится как «условное депонирование». Это означает, что существует счёт, который находится в руках третьей стороны до урегулирования отношений между двумя принципалами.



5. После окончания выполнения работы, если не возникает никаких проблемных ситуаций у сторон по выполнению договорённости и взаимных обязательств, заказчик «подтверждает» перечисление суммы находящейся на «расчетном счете» на личный счет своего исполнителя.

Таким образом на биржах удалённой работы формализуются финансовые взаимоотношения между заказчиком и его исполнителем, создаются стандартизированные механизмы финансовых потоков между контрагентами, которые судя по растущему числу их пользователей<sup>40</sup> этих услуг, удовлетворяют запросы и потребности самих участников рынка.

### **Формирующиеся рыночные институты разрешения конфликтных ситуаций**

Стандартизация и формализация взаимодействий контрагентов на электронных рынках услуг коснулась не только непосредственно процесса координации рабочих процессов, но и вопроса разрешения возникающих конфликтных ситуаций.

Механизмы урегулирования разногласий в процессе совместной работы заказчика и фрилансера активно разрабатываются и внедряются на электронных рынках услуг через биржи удалённой работы. Так, в лице её сотрудников, биржа выступает в качестве «независимой стороны», или даже «третьей стороны», в случае если одна из сторон не выполняет условия установленных договорённостей.

Существует ряд ограничений, как на российских «биржах удалённой работы», так и на зарубежных, при которых сотрудники биржи удаленной работы рассматривают возникающие споры. На российских Интернет-ресурсах, для этого необходимо обязательное использование сервиса «безопасного» проведение финансовых сделок между заказчиком и его исполнителем через сайт («Escrow», «сделка без риска», и пр.). Тогда как на иностранных «биржах удалённой работы» подразумевается, как минимум, использование ресурсов сайта для ведения деловой переписки. Этот шаг объясняется тем, что биржи удалённой работы, в лице своих сотрудников, выступая третьей стороной в решении возникшего спора, должны иметь к рассмотрению определенный набор «независимых» данных о ходе работы сторон с заказом/проектом. Такие меры позволяют администрации биржи принимать обоснованные решения о нарушении договоренностей той или иной стороной.

Разрешения споров и разногласий между сторонами на электронных рынках услуг постепенно становится не просто индивидуально ориентированным процессом, но обретает свою формализованную форму — в частности это верно для иностранных бирж удаленной работы, которые в значительно большей степени используют собственные административные

---

<sup>40</sup> В 2007 году заказчики использовали «Escrow» на Guru.com для оплаты работы фрилансеров на 43% чаще, чем в 2006 и 3,4 раза чаще, чем в 2004 (Annual Guru Review 2007. <http://guru.com/emp/08feb-year-review.aspx>).

ресурсы для стандартизации и формализации процессов взаимодействия контрагентов.

Весь процесс разрешения возникших конфликтов в ходе работы над заказом, состоит из двух условных «уровней»:

- «*Mediation*» - на данном этапе обоим сторонам предлагается в самостоятельном порядке начать разрешение возникших разногласий. Одна из сторон заполняет специальную форму-претензию, где указывает подробную информацию о своих контактах, деталях, договорённостях заказа и наиболее полно излагает суть возникшего конфликта, далее отправляет её другой стороне на рассмотрение. В течение нескольких последующих дней ожидается ответ с другой (отвечающей) стороны конфликтной ситуации, в таком же формализованном виде, так контрагенты путём переговоров с использованием установленных форм на бирже удалённой работы в самостоятельном порядке решают возникшие разногласия в процессе работы с заказом.
- «*Arbitration*» - на данном (втором) этапе, если в течение последующих 15-20 дней контрагенты не смогли в самостоятельном порядке путём переговоров решить возникший конфликт, стороны имеют возможность обратиться непосредственно к администрации биржи удалённой работы за помощью в разрешении разногласий. В течение 10-20 дней после обращения, один из сотрудников администрации биржи удалённой работы рассматривает всю имеющуюся информацию о ходе работы с заказом и ещё раз помогает, в качестве «независимой» стороны, разрешить возникшую конфликтную ситуацию, также он оставляет за собой право «последнего слова» и принятие ключевого решения по проблеме.

Российские же практики решения споров и разногласий между заказчиком и его исполнителем, не отличаются такой систематичностью и формализованностью. На данный момент подобные контролирующие институты на российских электронных рынках услуг находятся на самом начальном этапе своего развития.

Как правило, при решении споров на российских биржах удаленной работы, полностью отсутствует первый этап, т.е. фактически и формально биржа удалённой работы не принимает участия при самостоятельном разрешении разногласий сторонами. Основными же и единственными материалами, на которых акцентируется внимание сотрудников администрации бирж удаленной работы, при разрешении конфликтов, являются составленные, при использовании сервисов «безопасных сделок», «условия сотрудничества», «технические задания» или «неформальные договора», а также сами результаты работы

фрилансера. Таким образом, решение в спорной ситуации выносится путём сопоставления результатов работы с первоначальными условиями и договорённостями, т.е. каждый отдельный случай является исключительно индивидуальным, более того «набор» рассматриваемых материалов совместной работы минимален, в отличие от иностранных механизмов.

По нашему мнению, подобные способы стандартизации и формализации взаимодействий (и в частности их пограничные состояния - конфликтных ситуаций) на данный момент развиваются на электронных рынках услуг как компенсаторные механизмы, в ответ на отсутствие или невозможность развития стандартных судебно-правовых институтов, которые призваны координировать эту сторону процесса взаимодействий.

С этой стороны происходит развитие институционального доверия, как способа поддержания упорядоченных отношений контрагентов на электронных рынках услуг. С другой стороны, на взаимоотношения фрилансера и заказчика действуют также и социальные сети, в которые включены участники рынка, развивая сетевое доверие, поддерживающие координацию их взаимодействий.

Таким образом, на основе нашего анализа зарубежных и российских рынков электронных услуг, мы можем предположить, что по мере того как будут развиваться российские биржи удаленной работы, и происходить дальнейшая активная институционализация электронных рынков услуг и формализация взаимоотношений контрагентов на них, доминирующая роль социальных сетей будет постепенно снижаться.

### ***Репутационные системы как воплощения символического и социального капитала***

Если личная или профессиональная информация создается на электронных рынках услуг преимущественно самим участником рынка, вызывая при этом проблему доверия к ее достоверности, то информация о репутации участника на электронном рынке услуг формируется, в большинстве случаев, в процессе его взаимодействий с другими участниками, т.е. при непосредственном влиянии последних.

Влияние репутации на доверительное отношение к участникам рынка, заключается скорее не в том достоверна информация, а каков ее характер. Что же собой представляет «репутация» на электронных рынках услуг? Сами участники рынка склонны определять её по-разному:

- *«Выполненные проекты и личные рекомендации...» (Алексей-Фрилансер)*
- *«...это его предыдущие работы, которые выложены в портфолио» (Петр-Фрилансер)*

- *«Я считаю, что это и есть портфолио.» (Михаил-Фрилансер)*
- *«Репутация фрилансера складывается из отзывов и портфолио» (Маким-Заказчик)*
- *«Репутация фрилансера – это его портфолио. Подпортить ее могут разве что неудачные работы или негативные отзывы заказчиков» (Игорь-Заказчик)*

В действительности, репутация на электронных рынках услуг является сложносоставным элементом, который формируется на биржах удаленной работы и, как правило, содержит несколько основных показателей, часто связанные между собой:

- Отзывы о предыдущих взаимодействиях от других участников. Этот показатель определяется двумя параметрами: 1. Характер отзыва (позитивный, негативный или нейтральный); 2. Количество отзывов или завершенных проектов (как правило отражает временную характеристику опыта работы);
- Положение в системе рейтингования. Практически на каждой бирже удаленной работы эта «система» выполнена различным образом, однако имеет при этом одно назначение – структурировать всех электронных фрилансеров в некоем иерархическом порядке, таким образом, выделяя более опытных исполнителей и менее. Как правило, отражается рейтинг в позиции электронного фрилансера в списках всех исполнителей или в выдаче результатов поиска исполнителей по каким-либо критериям, ко всему прочему, таким образом, реализуется соревновательный эффект между самими фрилансерами;
- Количество времени работы на бирже удаленной работы (время пошедшее с момента регистрации на бирже удаленной работы);
- Заработок на бирже удаленной работы. Данный параметр является открытой и учитываемой информацией, в основном, на иностранных электронных рынках услуг, например, на Elance он используется вместо системы рейтинга.
- Портфолио электронного фрилансера. Особенностью этого параметра является то, что «наполнение» портфолио производится исключительно самим фрилансером, а не его заказчиками или другими участниками рынка как в случае с отзывами.
- Тип учетной записи (аккаунт), которую использует участник на бирже удаленной работы, например, платную учетную запись.

Перечисленный нами показатели составляющие репутацию участника на электронном рынке

услуг являются весьма условными, т.к. их состав на различных биржах удаленной работы отличен, мы же отметили только самые распространенные. На некоторых биржах ведется учет размещенных и оплаченных (завершенных) заказов со стороны заказчика, т.е. для того чтобы потенциальный исполнитель мог оценить, как и насколько тот или иной заказчик был активен в своей предыдущей деятельности.

Основным моментом является тот факт, что как такового чёткого понятия репутации на электронных рынках услуг нет, это восприятие каждым отдельным участником рынка совокупных формализованных параметров на различных биржах удаленной работы, а также информации, которая находится в социальных сетях. Все эти параметры каждого конкретного агента на рынке в последствие накладываются друг на друга формируя его репутацию.

С другой стороны, значимость формальных атрибутов репутации, которые мы выделили выше на этом не ограничивается, именно на их основе на протяжении всей своей «трудовой биографии», электронный фрилансер формирует свой символический капитал, развивая и инвестируя в него свое время, усилия и средства. Более того, данный символический капитал контрагентов обеспечиваемый инструментами бирж удаленной работы, также дифференцирует всю совокупность участников рынка, таким образом, помогая избежать проблему асимметрии информации, описанную нами ранее в работе.

*Рис. 11. Репутация на электронных рынка услуг*



Накопление символического капитала в виде максимизации и фиксации формальных показателей репутации, описанных нами выше, а также социального капитала в виде текущих и бывших заказчиков/исполнителей, на электронном рынке услуг происходит на протяжении всего периода времени работы агента. Как символический, так и социальный капитал, накапливаемый участниками электронного рынка услуг, в процессе взаимодействий постоянно трансформируется в экономический.

Подобное формирующееся восприятие обобщенной репутации направлено также и на снижение рисков и призвано решить проблему доверия к ожидаемым результатам взаимоотношений участников рынка.

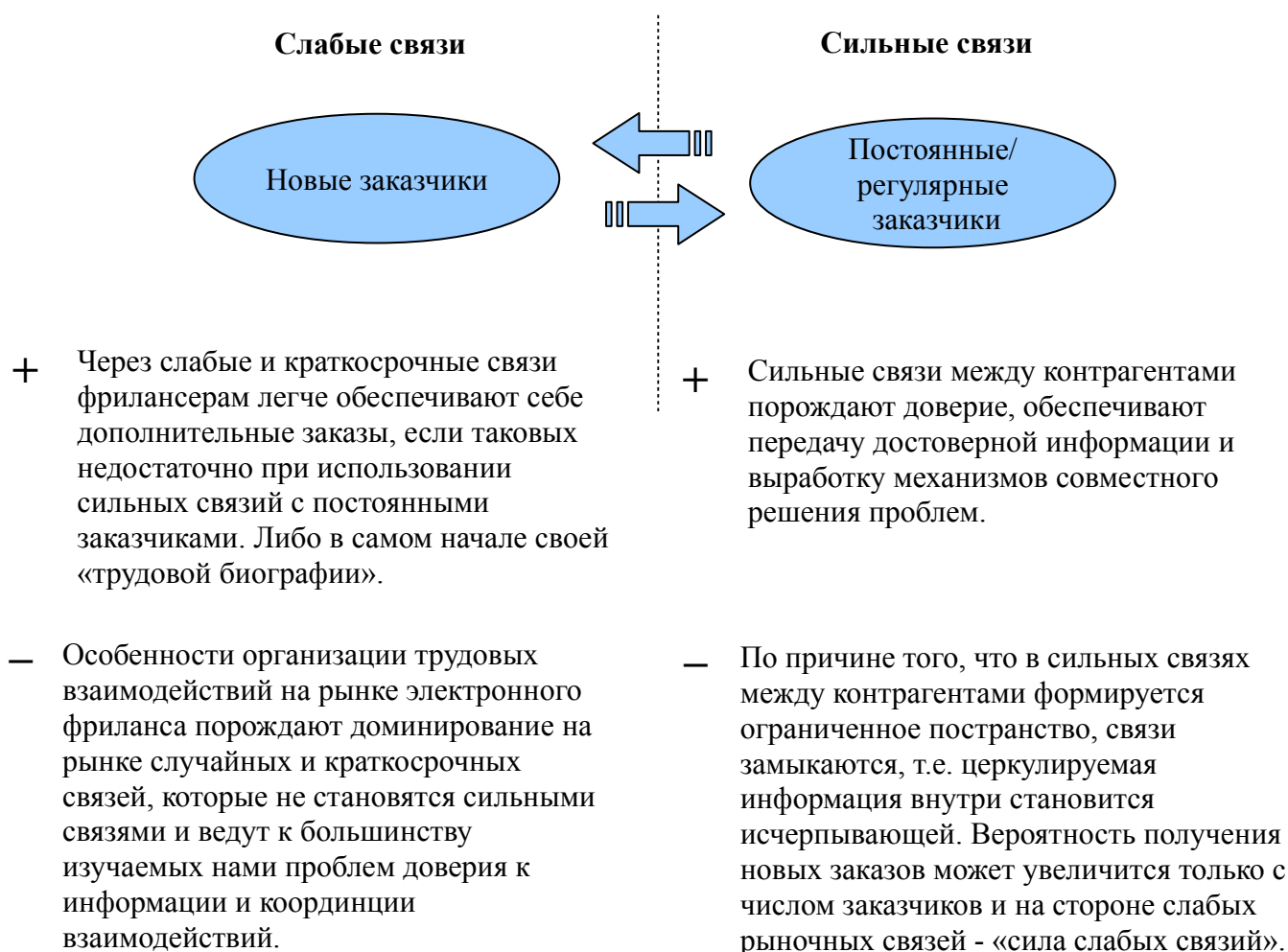
Сам же процесс «формирования профессиональной репутации» на электронном рынке услуг не многим отличается от обычной (не электронной) бизнес среды, а именно, это процесс растянутый во времени и привязанный к определенному индивиду (или группе), который представлен на электронном рынке услуг под определенным именем и в виде учетных записей на биржах удаленной работы. Под последними он взаимодействует с другими участниками рынка.

## Глава 4. Практические рекомендации, направленные на улучшение координации и повышение общего уровня доверия между участниками рынков.

*Использование фрилансерами смешанных стратегий и силы слабых связей в поиске заказов.*

Основой успешного поиска заказов на электронных рынках услуг может служить смешанная стратегия поиска, которая включает в себя не только работу с постоянными заказчиками и поиском заказов через друзей и знакомых, но и использование доступных рыночных механизмов.

Рисунок 12. Особенности и переход между двумя типами связей на рынке.



Это, по нашему мнению, позволит добиваться максимальной эффективности в процессе поиска контрагентов и снизить возможные риски «истощения» одного из каналов поиска, по причине включенности в такую стратегию как особенностей сильных связей, так и

преимуществ «силы слабых связей».

Более того, различные по силе, связи могут поддерживать друг друга и воспроизводить: таким образом, что постоянные заказчики могут рекомендовать фрилансера другим потенциальным и новым заказчикам, в то же время новые заказчики могут становиться постоянными. Так возможность получить новый заказ, потенциально, будет зависеть от количества контактов, которые могут порекомендовать фрилансера для выполнения определенных профессиональных задач. Однако, в том случае, если потенциал поступления новых заказов через соц. сети может оказаться исчерпан, в виду своей замкнутости, ещё более слабые рыночные связи могут снизить риск отсутствия новых заказов.

### ***Верификация личной и профессиональной информации на биржах удаленной работы***

Установление первоначальных доверительных отношений на первых этапах сотрудничества контрагентов на электронных рынках услуг практически невозможно без наличия наиболее полной информации о взаимодействующих сторонах, более того эта информация должна быть подкреплена уверенностью в её достоверности.

Если в социальных сетях на рынке это может обеспечиваться непосредственно за счёт бывших или текущих связей с контрагентами, т.е. через рекомендации, то на открытом рынке эта проблема, на данный момент, может разрешаться только через институты бирж удаленной работы. По этой причине особую важность имеет дальнейшее развитие механизмов верификации личной и профессиональной информации о контрагентах, которая может в значительной степени снижать их дальнейшие риски взаимодействий и формировать достаточно оснований для установления доверительных отношений.

Данные механизмы должны быть, во-первых, прозрачными и ясными для всех участников рынка, во-вторых, основываться на авторитете и ответственности самой биржи удаленной работы (в лице сотрудника её администрации) за полноту и достоверность предоставляемых данных, их постоянный контроль и систематичное обновление. Тогда как на данный момент на большинстве бирж удаленной работы процессы проверки информации об агентах рынка производятся исключительно в добровольном порядке, по причине большого числа участников, видится необходимым внедрение подобных механизмов как обязательных условий участия на бирже удаленной работы. В данном случае, очевидно значительное уменьшение числа участников рынка на биржах удаленной работы за счёт не желания прохождения через процедуры проверки личной информации, однако это может позволить увеличить «качество» взаимодействий контрагентов.

### ***Форма заключения договоренностей между контрагентами и развитие контрактных***



## ***отношений***

Заключение стандартных формальных договорных отношений редко возможно в условиях электронных рынков услуг, по причине того, что контрагенты не встречаются друг с другом и их взаимодействие участников происходит удаленно. Более того, специфика профессиональной деятельности и задач, которые ставятся перед фрилансерами их заказчиками, как правило, сводят составление и заключение письменных договоров к неэффективному действию. На него может затрачиваться значительно больше ресурсов и времени, чем на саму работу с заказом.

Таким образом, развитие привычных нам договорных отношений видится малоэффективным механизмом. В дополнение к уже развивающимся институтам координирующим ход деловых взаимодействий: «Безопасной Сделки» («Сделки без риска», «Escrow», и.т.д) и механизмы разрешения споров и разногласий сторон, данную проблему закрепления договоренностей возможно разрешить, приняв во внимание специфику рынка. Таким решением может стать создание и использование официальных электронных подписей контрагентов, а также предложение различных типовых договоров для каждой конкретной профессиональной области на этом рынке услуг.

## ***Координация рабочего процесса контрагентов на биржах удаленной работы***

Механизмы регулирования взаимодействий рабочего процесса между заказчиком и фрилансером в стандартизированном и формализованном виде получают свое распространение на иностранных биржах удаленной работы, российские практики подобных институтов на рынке практически полностью отсутствуют. Их развитие на российских электронных рынках услуг необходимо для координации действий как заказчика, так и фрилансера. На данный момент, общие неформализованные правила взаимодействий до других участников рынка доносят, в большинстве случаев, опытные агенты на электронных рынках услуг.

В качестве практической рекомендации — необходимо активно развивать и адаптировать формализованные институты координации процессов взаимодействий контрагентов на российских биржах удаленной работы, формализация «норм и правил игры» позволит не только подготовить и осведомить нового игрока на рынке, но и стандартизировать их, что позволит сделать непосредственный рабочий более прозрачным для большинства участников.

## ***Репутационные системы: эффективность системы рейтингования на биржах удаленной работы***

Хотя системы рейтингования необходимы для дифференцирования всей совокупности фрилансеров на биржах удаленной работы, но в большинстве случаев этот механизм выполняет единственную функцию соревновательного эффекта между участниками.

Более того, на российских электронных рынках услуг эти системы организованы, таким образом, что становятся малоэффективны для вновь пришедших на биржи удаленной работы фрилансеров. Происходит это по причине того, что «разрыв» в значении рейтинга первых пришедших на биржу фрилансеров и последних слишком велик, чтобы была возможность его преодолеть, к тому же, системы рейтингования построены таким образом, что больший рейтинг фрилансера обеспечивает ему более быстрый его прирост за счёт большей вероятности получения заказа, т.к. фрилансер находится выше других в списках или результатах поиска, и наоборот для фрилансеров с меньшим рейтингом.

Таким образом, системы выглядят малоэффективными для поиска необходимого фрилансера, так же как и для самих фрилансеров имеющих значительный опыт работы, но до этого не регистрировавшихся на бирже удаленной работы, либо выполняющих меньшее количество заказов, но со значительно большим объемом работы. Основная практическая рекомендация по адаптации системы рейтингования, является учёт специфик отдельных специализаций на электронных рынках услуг и объемов выполняемых заказов фрилансером - например, бюджета. Также, в формировании рейтингов фрилансеров, необходимо учитывать возможность оценки деятельности фрилансера в интервал времени, т.е. учитывать время регистрации фрилансера на бирже удаленной работы.

## Заключение

Взаимодействие между контрагентами на электронных рынках услуг протекает в условиях неопределенности и повышенных рисков на протяжении всего периода взаимоотношений от взаимного поиска до непосредственной передачи результатов работы и её оплаты. В таких условиях как заказчику, так фрилансеру необходимо принимать решения, которые зависят от степени сформированного доверия в их взаимоотношениях и «качества» координации их процесса взаимодействия. В нашей работе мы рассмотрели как данные проблемы связаны и решаются двумя «силами» на электронных рынках услуг: социальными сетями и образующимися институтами.

С самого начала взаимодействий контрагентов — взаимного поиска, такое влияние уже весьма хорошо прослеживается. Социальные сети как механизм поиска и источника получения заказов фрилансерами преобладают на рынке электронного фриланса, более того они представляют собой форму накапливаемого социального капитала. Таким образом, возможно говорить о том, что рыночные механизмы поиска контрагентов, которые формируются на биржах удаленной работы, предполагают использование смешанной стратегии, как наиболее успешной и эффективной: активное участие во вновь появившихся заказах и пассивное накопление информации на бирже, по причине высокой конкуренции на этом рынке удаленных услуг.

Издержки заказчика на оценку и выбор фрилансера на бирже удаленной работы, зависят непосредственно от количества кандидатов, которые принимают участие в торгах за получение заказа. Качество описания заданий в заказе оказывает влияние на возможность оценки фрилансерами эффективности их участия в торгах за заказ, и, следовательно, может снижать их количество, вместе с издержками самого заказчика. Так, от степени развитости институтов регулирующих процессы размещения заказов на биржах удаленной работы может зависеть не только потенциальные издержки заказчика на анализ и выбор исполнителя, но и успешность их дальнейшей коммуникации.

Формирование первоначальных доверительных отношений между контрагентами на электронных рынках услуг затруднительно без отсутствия полной и достоверной информации о его участниках. Необходимая информация для взаимодействий агентов циркулирует и поддерживается на рынке не только социальными сетями, но и действиями ряда институтов, которые гарантируют, оправдывают и страхуют доверие между участниками рынка. Такие институты обеспечиваются и подкрепляются авторитетом бирж удаленной работы, т.к. информация об их участниках проверяется непосредственно администрацией биржи. По всей видимости, многие агенты на электронных рынках услуг

рассматривают проверку и подтверждение собственной информации на биржах удаленной работы в качестве «инвестиций» в установление доверительных отношений и нейтрализацию влияния проблемы анонимности, которые могут помочь в привлечении новых заказов.

На многих современных рынках мы можем наблюдать ситуацию с асимметрией информации, электронные рынки услуг не стали тому исключением. Так, на электронных рынках услуг, помимо прочего, фрилансер, как продавец собственных услуг, обладает значительно большей информацией о своих профессиональных навыках и способностях, чем заказчик. В таких условиях заказчику приходится выбирать между рядом фрилансеров, того исполнителя, который будет обладать необходимыми навыками. В этой ситуации сами фрилансеры, согласно теории Майкла Спенса, «сигнализируют» о своей принадлежности к группе высокоспециализированных работников, тем самым помогают в оценке и выборе заказчику. Такими «сигналами» выступают институты электронных рынков услуг, формируемые на биржах удаленной работы: платные учётные записи, проверки валидности информации об агенте, подтвержденные профессиональные навыки, и пр.

Другой проблемой координации взаимодействий на электронных рынках услуг является проблема неформальности взаимоотношений между агентами. По причине краткосрочности деловых отношений и их специфики протекания в удаленном (дистанционном) режиме мы наблюдаем очень низкую долю формально закрепленных взаимоотношений. Однако, в действительности, форма заключения договоренностей практически не влияет, на вероятность проявления нарушений агентами, тогда как, значительно большее воздействие на уровень нарушений оказывает основные способы получения новых заказов, т.е. сила связей между контрагентами. Вероятнее всего, что на данный момент, в условиях, когда на электронных рынках услуг, всё ещё не достаточно развиты «рыночные» механизмы принуждения, исполнение договоренностей и поддержание доверительных отношений между контрагентами во многом обеспечивается их включенностью в социальные сети.

Проблема координации процесса взаимодействия, непосредственно связана с вопросом стандартизации и формализации этого этапа отношений на рынке. Степень формализации и интеграции взаимоотношений участников на бирже удаленной работы влияет на координацию взаимодействий между заказчиком и фрилансером на электронных рынках услуг. Вырабатываются механизмы (институты) контроля и стандартизации процесса взаимодействия: коммуникации между участниками, отслеживание хода ведения работы, отчетность о промежуточных результатах работы, контроль финансовых взаимодействий. Однако, на данный момент, судя по нашим наблюдениям, эти процессы на подавляющем большинстве бирж удаленной работы находится на своей начальной стадии адаптации и поиска наиболее оптимальных решений для взаимоотношений контрагентов на рынке.

Отдельным вопросом в координации взаимодействий участников на рынке электронного фриланса является развитие институтов разрешающих возникающие конфликтные ситуации между контрагентами. Мы предполагаем, что на данный момент, подобные формализованные институты, развиваются на биржах удаленной работы как компенсаторные механизмы, в ответ на отсутствие или невозможность развития стандартных судебно-правовых институтов, которые призваны координировать эту сторону взаимоотношений фрилансера и заказчика. С этой стороны происходит развитие институционального доверия, как способа поддержания упорядоченных отношений контрагентов на электронных рынках услуг. С другой стороны, на взаимоотношения фрилансера и заказчика действуют также и социальные сети, в которые включены участники рынка, развивая сетевое доверие, поддерживающие координацию взаимодействий. Таким образом, на основе нашего анализа зарубежных и российских рынков электронных услуг, есть основания полагать, что по мере того как будут развиваться биржи удаленной работы, и происходить дальнейшая активная институционализация электронных рынков услуг и формализация взаимоотношений контрагентов на них, доминирующая роль социальных сетей будет постепенно снижаться.

Немаловажное значение в формировании доверительного отношения между агентами на электронных рынках услуг оказывает понятие «репутации», которое является составным элементом совокупности информации в формальных атрибутах на открытом рынке и информации находящейся в социальных сетях. С другой стороны, мы предполагаем, что формальные атрибуты репутации, фиксируемые на биржах удаленной работы, могут быть рассмотрены в качестве накапливаемого агентами символического капитала, который в последствие трансформируется в экономический.

Рассмотренные нами проблемы координации и доверия между контрагентами на электронных рынках услуг, кроются во множестве самых различных проблем рынка, вызванных спецификой его организации, особенностей взаимодействий агентов на нем и задач, которые этот рынок услуг призван решать в экономике. Нами были предложены практические меры по улучшению координации взаимодействий и процессов формирования доверительных отношений, в силу специфик электронных рынков услуг и сложившихся на нём текущих условий. К таким мерам оптимизации мы можем отнести:

- Эффективное использование смешанных стратегий и силу слабых связей фрилансерами в процессе поиска заказа на рынке;
- Рекомендации для бирж удаленной работы по развитию механизмов верификации личной и профессиональной информации контрагентов, а также институтов регулирования непосредственной работы контрагентов;
- Общее развитие и формализация контрактных отношений на рынке, с учётом

специфик этого рынка услуг;

- Адаптация системы рейтингования на биржах удаленной работы;

Нам видится, что электронные рынки услуг будут продолжать своё развитие собственным и особенным путём, и в этом случае они, как и другие рынки, будут всё активнее обретать свои специфичные особенности.

## Библиография

1. Akerlof G. The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics, v.84, August 1970, p.488-500. Перевод Е.И.Николаенко.
2. Arora A., Choudhary V., Kannan K., Krishnan R., Padman R. Coordination and Decision-Making in a Market with Uncertainty // Carnegie Mellon University, 2003.
3. Bakos Y., A Strategic Analysis of Electronic Marketplaces // MIS Quarterly 15, #3. 1991.
4. Bakos Y., Reducing buyer search costs: implication for electronic marketplaces // Management Science. #43. 1997.
5. Bridges W. JobShift: How to Prosper in a Workplace Without Jobs. Reading, Mass. : Addison-Wesley, 1995.
6. C. Dellarocas, F. Dini, G. Spagnolo. Designing Reputation (Feedback) Mechanisms // Handbook of Procurement. Cambridge University Press (2006).
7. Dellarocas C. Efficiency and Robustness of eBay-like Online Reputation Mechanisms in Environments with Moral Hazard. (<http://ccs.mit.edu/dell/SITE%202002.pdf>).
8. Festa P. Web site creates marketplace for free-lancers. CNET News.com, Published: December 1, 1999. ([http://news.cnet.com/Web-site-creates-marketplace-for-free-lancers/2100-1023\\_3-233779.html](http://news.cnet.com/Web-site-creates-marketplace-for-free-lancers/2100-1023_3-233779.html))
9. Forrester Research. Market Overview: E-sourcing 2004 – Hosting Dominates, but Will Slowly Give Way to Behind-the-Firewall Software, Cambridge, MA: Forrester research, 2004.
10. Handy C. The Future of Work. A Guide to a Changing Society. Oxford: Basil Blackwell, 1984.
11. Isidro Laso Ballesteros. COLLABORATIVE SOLUTIONS IN THE SINGLE EUROPEAN ELECTRONIC MARKET (SEEM). Strategy Vision and Research Challenges.
12. Jeffrey D. Brooks, Susan Cantrell. Understanding e-Markets // Andersen Consulting Institute of Strategic Change. 2000.
13. Koch M. Trust Building And Matchmaking Support For Virtual Enterprises. 17th Bled eCommerce Conference eGlobal. Bled, Slovenia, June 21 - 23, 2004.
14. Kumar, G. and J. Sinha. The next hurdle for Indian IT, McKinsey Quartely 2003 Special Ed. (4), 2003, 42-54.
15. Levin J.D. Information and the Market for Lemons // RAND Journal of Economics. 2001. Vol. 32. No. 4. P. 657-666.
16. Malone T., Laubacher J. The Dawn of The E-Lance Economy // Harvard Business Review.

Sep-Oct. 1998.

17. Malone T.W., J. Yates, and R.I. Benjamin Electronic Markets and Electronic Hierarchies, Communications of the ACM, 30 (6), 1987, p. 484-497.
18. McDonald, Cynthia G., Slawson, V Carlos Jr., Reputation in Internetaet auction market // Economic Inquiry. Vol. 40.
19. Nidumolu, S. The Effect of Coordination and Uncertainty on Software Project Performance: Residual Performance Risk as Intervening Variable, Information Systems Research, 6 (6), 1995, p. 191-219.
20. Pavlou, P. A. and D. Gefen. Building Effective Online Marketplace with institution-based trust, Information Systems Research, 15 (1), 2004, p. 37-60.
21. Pinker, E., A. Seidmann and Y. Vakrat. Managing Online Auctions: Current Business Issues. Management Scince, 51 (3), 2003, p. 435-451.
22. Vlaar P. Cocreating Understanding & Value in Distributed Work: How Members Of Onsite And Offsore Vendor Teams Give, Make, Demand And Break Sense // MIS Quarterly Vol. 32 No. 2, pp. 227-255. June 2008.
23. Барсукова С.Ю. Неформальная экономика. Курс лекций. М.: ГУ-ВШЭ, 2009.
24. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т.3. № 5. С. 60-74.
25. Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS: учебное пособие для вузов / А.О. Крыштановский; Гос. Ун-т — Высшая школа экономики. - М. : Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006.
26. Пинк Д. Нация свободных агентов, Изд: Секрет фирмы, 2005г.
27. Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. – М.: ГУ-ВШЭ, 2003.
28. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / Пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой. - М.: Эдиториал УРСС, 2001.
29. Стребков Д., Шевчук А. Фрилансеры в информационной экономике: мотивация и организация труда // Социальная реальность. №1, 2008.
30. Стребков Д.О. Шевчука А.В. Фрилансеры на электронных рынках: роль социальных связей // Экономическая социология. Ноябрь 2009 (Т. 10. № 5).
31. 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. Серия WP4. Социология рынков. (<http://new.hse.ru/C3/C18/preprintsID/default.aspx>).
32. Хэнди Ч. Время безрассудства. Искусство управления в организации будущего. СПб:



Питер, 2001.

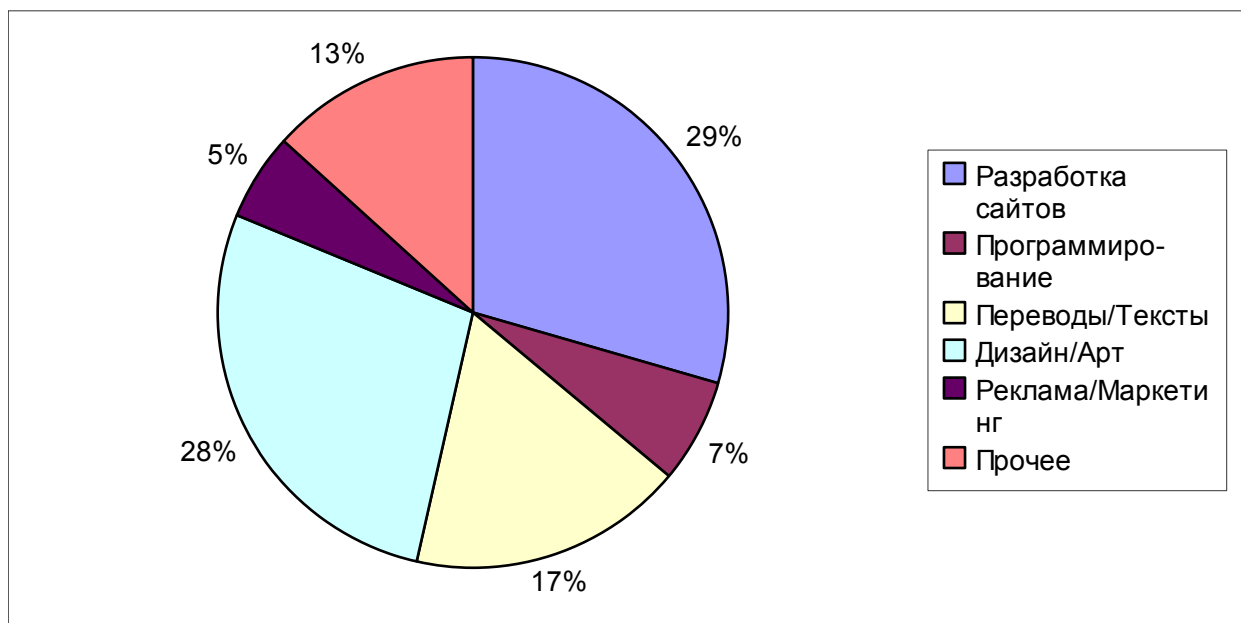
33. Шевчук А.В. О будущем труда и будущем без труда (футурологические дискуссии) // Экономическая социология. 2005. Т.6. № 3. С. 11–24.
34. Шевчук А.В. Самозанятость в информационной экономике: основные понятия и типы // Экономическая социология. 2008. Т.9. 1. С. 51-64. (1 п.л.).

## Приложение

Данные профессионального распределения на биржах удаленной работы. Январь 2010.

*Free-lance.ru:*

Данные на 25 января 2010 года		
Общее количество фрилансеров:		44618
Заказов (проектов) за месяц:		14389
<b>Проф распределение</b>		
Разработка сайтов	13148	29,5%
Программирование	2946	6,6%
Переводы/Тексты	7794	17,5%
Дизайн/Арт	12355	27,7%
Реклама/Маркетинг	2453	5,5%
Прочее	5922	13,3%
<b>Всего</b>	<b>44618</b>	<b>100,00%</b>

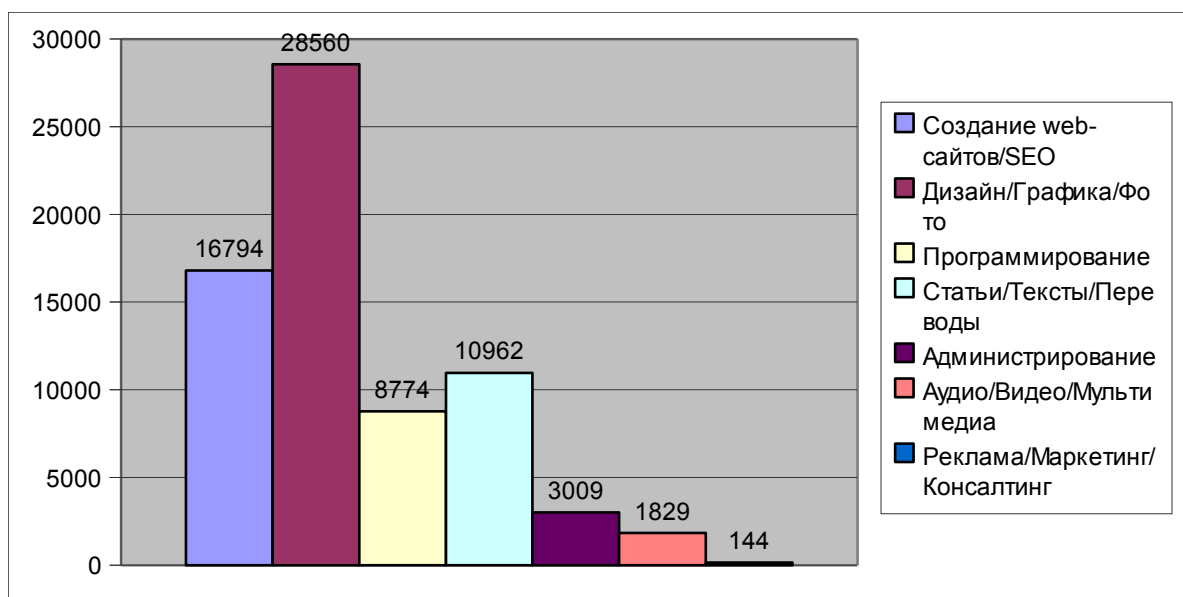


Данные на 25 января 2010 года.

Общее количество фрилансеров: **9004**  
Открытые предложения (проекты): **1174**

### Проф распределение

Создание web-сайтов/SEO	16794	24,0%
Дизайн/Графика/Фото	28560	40,8%
Программирование	8774	12,5%
Статьи/Тексты/Переводы	10962	15,6%
Администрирование	3009	4,3%
Аудио/Видео/Мультимедиа	1829	2,6%
Реклама/Маркетинг/Консалтинг	144	0,2%
<b>Всего</b>	<b>70072</b>	<b>100,00%</b>

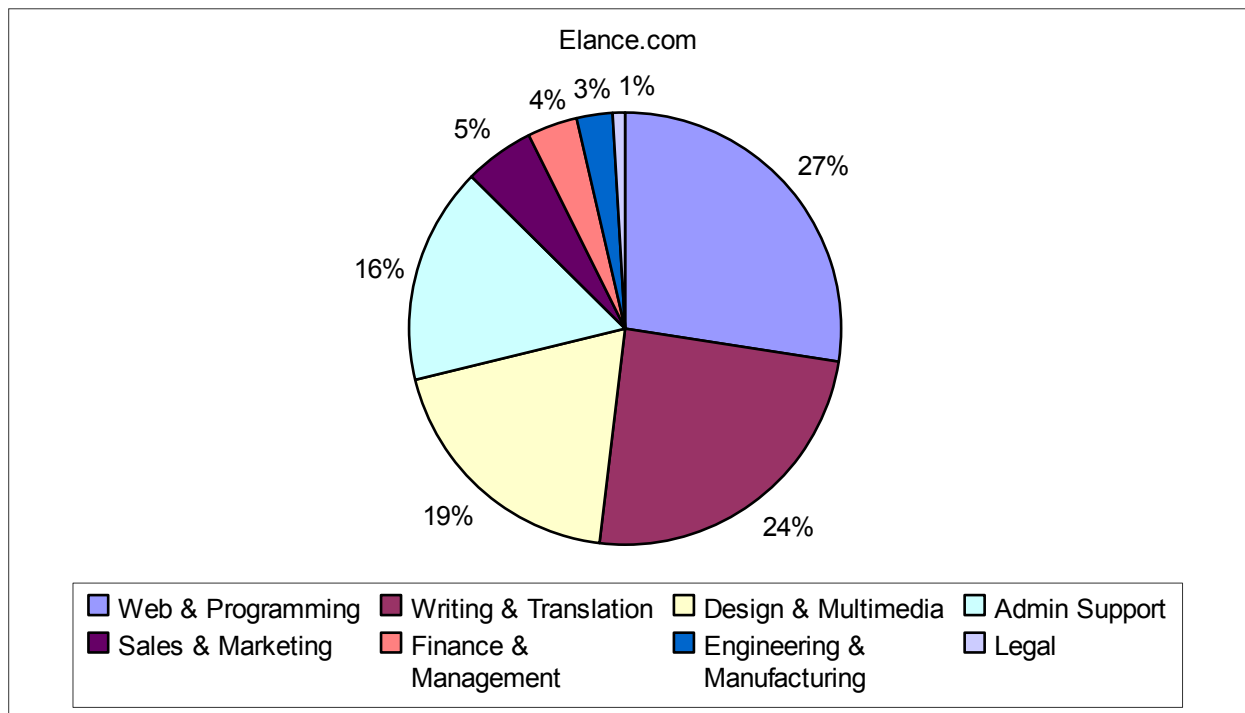


Elance.com

<a href="#">Web &amp; Programming</a>	27448	27,5%
<a href="#">Writing &amp; Translation</a>	24432	24,4%
<a href="#">Design &amp; Multimedia</a>	19287	19,3%
<a href="#">Admin Support</a>	16233	16,2%
<a href="#">Sales &amp; Marketing</a>	5234	5,2%
<a href="#">Finance &amp; Management</a>	3726	3,7%
<a href="#">Engineering &amp; Manufacturing</a>	2684	2,7%
<a href="#">Legal</a>	935	0,9%
<b>Total</b>	<b>99979</b>	<b>100,0%</b>

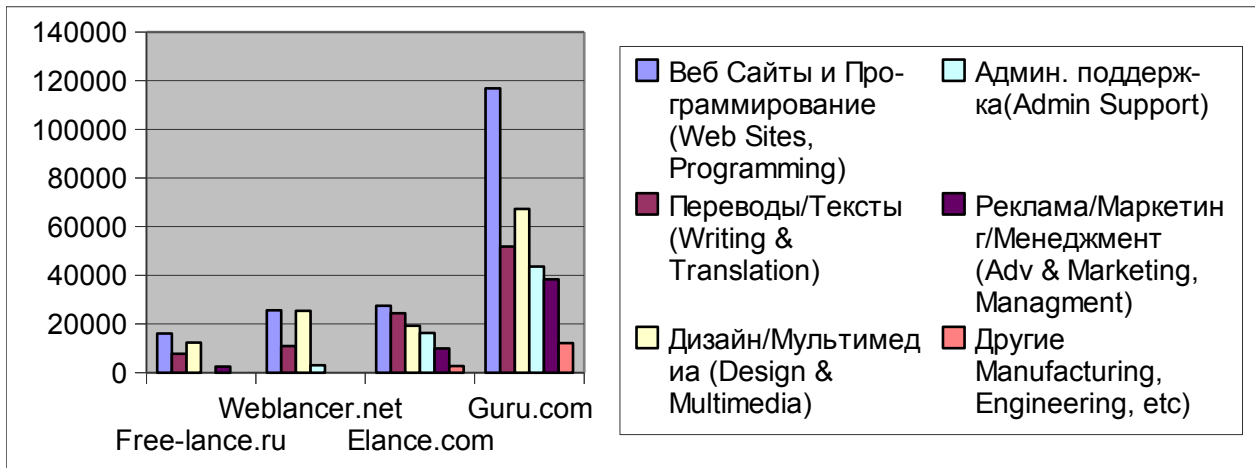
Общее количество фрилансеров: **99979**

Проектов за последний месяц: **27274**



## Сводная таблица данных по биржам удаленной работы. Январь 2010.

Специализация\Биржа	Free-lance.ru	Weblancer.net	Elance.com	Guru.com
Веб Сайты и Программирование (Web Sites, Programming)	16094	25568	27448	116756
Переводы/Тексты (Writing & Translation)	7794	10962	24432	51762
Дизайн/Мультимедиа (Design & Multimedia)	12355	25420	19287	67230
Админ. поддержка (Admin Support)		3009	16233	43545
Реклама/Маркетинг/Менеджмент (Adv & Marketing, Managment)	2453	0	9895	38367
Другие Manufacturing, Engineering, etc)			2684	12166
<b>Всего (Total)</b>	<b>44618</b>	<b>9004</b>	<b>99979</b>	<b>329826</b>



## План проведения интервью с заказчиком<sup>41</sup>

План проведения интервью (с работодателем)

### Moderator's guide

**Знакомство** *Представление модератора, объяснение целей исследования, основных правил проведения интервью: давать честные ответы, нет “правильных”, “неправильных” ответов, возможность задавать вопросы.*

- *Представление участника интервью: имя, возраст, профиль образования, компания, сфера деятельности компании, должность.*
- *Расскажите, пожалуйста, немного о своей компании. Чем она занимается? Как давно существует на рынке? На каких продуктах и услугах специализируется? Кто ваши клиенты? Кто ваши основные конкуренты? В чем Вы видите основные конкурентные преимущества вашей компании?*
- *Расскажите, пожалуйста, что конкретно входит в круг Ваших обязанностей?*
- *Сколько всего работников в Вашей компании? Они все числятся у вас в штате или некоторые из них работают по временному трудовому договору? Какова должностная структура штатных работников? (Пусть нарисует: руководство компании; основные департаменты, отделы, количество сотрудников в каждом из них; взаимное подчинение отделов, сотрудников).*
- *Как Вы считаете, эта структура является типичной для предприятий вашей отрасли, или же ваша компания имеет какие-то уникальные особенности?*

### 6. Структура организации

### 7. Причины привлечения на работу фрилансеров

- *Как часто Вам приходится привлекать фрилансеров? На какие работы, чем конкретно они занимаются? В каких отделах, департаментах возникает наибольшая потребность во фрилансерах? Сколько фрилансеров одновременно могут работать с вашей компанией? Можете ли назвать среднее, минимальное и максимальное значение?*
- *Почему возникает такая потребность, почему для выполнения этих работ вы не можете обойтись своими собственными кадрами?*
  - *Большие сезонные колебания в объемах работ;*
  - *На относительно короткий срок требуются неквалифицированные или наоборот, высоко квалифицированные работники;*
  - *Отсутствие помещений, площадей для размещения сотрудников;*
  - *Фрилансерам можно платить меньше, чем штатным работникам;*
  - *Ещё...*
- *Какие недостатки Вы видите в привлечении фрилансеров? Какие проблемы это создаёт Вашей организации?*
- *Кто непосредственно нанимает фрилансеров на работу, кто контактирует с ними со стороны вашей компании (непосредственный руководитель проекта, HR-менеджер,*

<sup>41</sup> Проект № 06-05-0008 «Самозанятость высококвалифицированных работников: трудовые стратегии и мотивация», реализованный при поддержке Научного фонда Государственного Университета — Высшей школы экономики.

*кадровое агентство*)? Всегда ли Вы точно знаете своего конечного исполнителя – кто именно на вас работает, или же в этом бизнесе много посредников?

- Как происходит взаимодействие фрилансеров со штатными работниками? С какими конкретно сотрудниками они непосредственно контактируют? Как часто?
- Как Вы считаете, другие организации, работающие в этой же самой сфере, ваши непосредственные конкуренты привлекают фрилансеров более активно или менее активно по сравнению с вами? Почему?

## **8. Поиск фрилансеров**

- Скажите, пожалуйста, что происходит чаще: ваша компания сама занимается поиском фрилансеров или же они сами обращаются к вам с предложениями? Есть ли у вашей компании своя база фрилансеров, с которыми вы постоянно сотрудничаете, или же вы каждый раз ищете новых людей?
- Почему фрилансеры обращаются именно в Вашу компанию? Как они вас находят?
- Расскажите, пожалуйста, каким образом Вы ищете фрилансеров сами (*Интернет-ресурсы; через знакомых, друзей; постоянное сотрудничество и т.д.*)? Имеете ли Вы опыт поиска сотрудников через Интернет? Какие есть плюсы и минусы в Интернет-ресурсах, где фрилансеры размещают свои предложения? Какие из них Вы используете? Как много времени Вы в среднем затрачиваете на поиск нужного сотрудника?
- На какие параметры Вы обращаете внимание, когда принимаете решение, взять данного сотрудника на работу или нет? Какой квалификацией они должны обладать? Какие требования к образованию вы предъявляете? Какого человека Вы никогда (или скорее всего, никогда) не возьмете на работу, кому при прочих равных отдадите предпочтение?
- Что повышает статус фрилансера в глазах работодателей? Из каких параметров складывается репутация фрилансера, можно ли вообще говорить здесь о репутации? Насколько важно для Вас наличие портфолио, положительных отзывов и рекомендаций от предыдущих работодателей?
- Происходит ли между вами и фрилансером согласование условий работы («торг»), или же условия работы сразу жестко оговариваются? Как формируется цена заказа, от каких параметров она зависит? Кто в наибольшей степени на неё влияет – заказчик или исполнитель? Какие условия работы оговариваются при заключении договора?  
*Также обсудить:*
  1. *Объем работы*
  2. *Сроки*
  3. *Гарантии исполнения обязательств*
- Приходилось ли Вам принимать на работу фрилансеров из других стран (или других регионов России)? Из каких именно? Чем они отличаются от российских фрилансеров (от москвичей)? С кем из них Вы лично предпочитаете работать и почему?

## **9. Взаимоотношения с фрилансерами. Трудовые конфликты**

- Каким образом обычно Вы закрепляете трудовые отношения с фрилансерами –

письменно или устно? Кто определяет форму контракта: фрилансер или работодатель? В каких ситуациях Вы соглашаетесь на ту или иную форму контракта? Какая форма контракта, по Вашему мнению, предпочтительнее для работника, а какая – для работодателя? Почему?

- Как организована процедура принятия вами работы фрилансера и оценка её качества? Бывают ли ситуации, когда вы недовольны результатом? Почему? Как урегулируются подобные ситуации? Существует ли промежуточный контроль результатов по ходу исполнения проекта, оценка «прогресса» деятельности фрилансера? Контролируете ли Вы сам процесс работы фрилансеров, их загруженность. Если да, то каким образом?
- Как происходит финансовый расчёт с фрилансером? Существует ли авансовый платёж, в каком размере? Какую форму оплаты Вы обычно используете (*банковский перевод, наличные, электронные деньги и т.п.*)? Как быстро после окончания проекта происходит окончательный расчёт?
- Вспомните, пожалуйста, возникали ли у Вас неприятные (неудобные) ситуации при взаимодействии с фрилансерами? Какие конкретно возникали проблемы, как Вы их решали? Были ли случаи, когда фрилансер не выполнял свои обязательства? Расскажите, основываясь на своем опыте и, возможно, опыте других компаний, какие проблемы встречаются чаще всего? Вспомните, по каким причинам Вы отказывались работать с тем или иным фрилансером? Доходило ли дело до открытых конфликтов?
- Как обычно складываются Ваши дальнейшие трудовые взаимоотношения с фрилансерами, работой которых Вы остались довольны? Предлагаете ли Вы им выполнить последующие заказы? Оставляете ли Вы им рекомендации или отзывы? Рекомендовали ли Вы фрилансеров, сотрудничавших с вашей компанией, своим знакомым? Как часто это случалось? Пишут ли сами фрилансеры отзывы о работе с Вами и Вашей компанией?
- Идеальный работник-фрилансер – кто он такой? Опишите, каким Вы его видите? Приходилось ли Вам сталкиваться с подобными людьми на самом деле? В чём заключаются основные несоответствия между идеальным сотрудником, которого Вы описали, и типичным фрилансером, существующим в реальной жизни?

## **10. Результаты**

- Если бы Вы писали статью о работе фрилансеров, то, как бы Вы охарактеризовали уровень предоставления их услуг? Что в их работе Вам нравится больше/меньше всего?
- Какие люди, на Ваш взгляд, преимущественно, становятся фрилансерами? Есть ли у них что-то общее, что-то такое, что их объединяет? Какими личностными, деловыми, профессиональными качествами им необходимо обладать? Какие мотивы ими двигают, почему они выбирают именно свободную занятость, а не идут работать в штат какой-либо организации?
- Были ли случаи, когда бывших фрилансеров вы брали штат, и они становились полноценными сотрудниками организации?
- Как Вы видите будущее своей компании? Будет ли расширяться её штат? Как Вы



считаете, в будущем потребность вашей компании в привлечении фрилансеров будет возрастать, снижаться или останется неизменной?

## План проведения интервью (с фрилансером)

### Moderator's guide

**Знакомство** Представление модератора, объяснение целей исследования, основных правил проведения интервью: давать честные ответы, нет “правильных”, “неправильных” ответов, возможность задавать вопросы. Представление участника интервью: имя, возраст.

Благодарю Вас, что нашли время встретиться и ответить на мои вопросы. Беседа будет записана на диктофон, это сделано для того, чтобы не тратить Ваше время зря в ожидании, пока я смогу все записать на бумаге. Я просто после интервью смогу зафиксировать всё сказанное, слушая кассету. Хорошо?

### 8. Описание текущей трудовой деятельности

Расскажите, пожалуйста, о своей работе? Чем Вы сейчас занимаетесь, какой основной источник Ваших доходов? Есть ли у Вас другие дополнительные финансовые источники, какова их доля в общем бюджете?

Считаете ли Вы себя фрилансером? А вообще, как Вы считаете, каких людей можно называть фрилансерами? Как Вы сами себя называете, какими словами определяете свой вид деятельности? Какие ещё названия данного вида деятельности (свободной занятости) Вам приходилось слышать? Как называют себя Ваши друзья, имеющие аналогичную занятость?

Как относятся окружающие к тому, что у Вас нет постоянной работы? Как Вы отвечаете на вопрос: «Где Вы работаете?» Гордитесь ли Вы тем, что являетесь фрилансером и ни от кого не зависите, или наоборот, стесняетесь в этом признаваться?

### 9. Путь к фрилансу. Первичная мотивация

- Расскажите, какое у Вас образование, какой ВУЗ окончили, какую специальность получили? Насколько Ваша нынешняя деятельность соответствует полученному образованию?
- *Если не работает по специальности:* Почему Вы не стали работать по специальности? Когда решили сменить вид деятельности? Получали ли дополнительное образование? Если нет, то не мешает ли это Вам в Вашей деятельности? Нужно ли фрилансеру быть дипломированным специалистом в своей области?
- *Если работает по специальности:* Где работают Ваши одноклассники по ВУЗу? Много ли среди них фрилансеров?
- Работали ли Вы раньше в «традиционной» организации (полный рабочий день в офисе)? В каких организациях Вам приходилось работать? Какую работу Вы выполняли? Сколько времени длился этот период Вашей жизни?
- Как и почему Вы стали фрилансером? Что повлияло на принятие данного решения,

<sup>42</sup>Проект № 06-05-0008 «Самозанятость высококвалифицированных работников: трудовые стратегии и мотивация», реализованный при поддержке Научного фонда Государственного Университета — Высшей школы экономики.

что этому способствовало? Был ли это добровольный выбор или вынужденная необходимость? (*увольнение, новые жизненные обстоятельства, новые возможности, предпринимательская жилка, пример друзей, случайность...*). Как давно это произошло? Были ли периоды в Вашей жизни, когда Вы совмещали стандартную занятость с фрилансингом? Как долго это продолжалось?

- Вспомните начало Вашей свободной занятости – самую первую Вашу работу, самый первый заказ? Как это произошло? Какие ощущения остались?

## **10. Организация трудового процесса**

- Скажите, пожалуйста, как много проектов Вы можете вести и обычно ведёте одновременно? Как Вы распределяете свое время, чтобы успеть к сроку завершить каждый из них? Расставляются ли Вы какие-либо приоритеты между проектами (*от чего это зависит: масштаб организации заказчика, размер оплаты, другое*)? Каковы сроки, продолжительность проектов? Сколько в среднем времени Вы тратите на исполнение одного заказа?
- Есть ли какая-то более узкая сфера, в которой Вы предпочитаете специализироваться (*в случае переводчиков: перевод текстов медицинской тематики, контрактов и договоров*)? В чем непосредственно заключается содержание Вашей работы (*особенно важно для IT*)?
- Опишите Ваш типичный рабочий день: как организовано Ваше рабочее время, сколько времени уделяется работе, в какое время суток работаете, от чего может зависеть выбор рабочего времени? Сколько времени в среднем уделяется работе в неделю, в год (как происходит распределение времени – всё время работа и пара месяцев отпуск, или отдых в любое удобное время)? Бывает ли периоды затишья в работе («мертвый сезон») и периоды повышенной активности?
- Где непосредственно Вы работаете? Где находится Ваше рабочее место? Если оно совмещается с домом – это для Вас скорее преимущество или недостаток? Возникают ли отвлекающие факторы во время работы, как Вы с ними боретесь, преодолеваете?
- Планируете ли Вы свою трудовую деятельность или же чаще действуете спонтанно, по настроению, когда посещает вдохновение? Насколько легко или тяжело удаётся Вам организовать свою работу в ситуации, когда отсутствует внешний контроль, внешнее давление? Какие инструменты, профессиональные хитрости Вы для этого используете? Достаточно ли одной только силы воли?

## **11. Преимущества и недостатки фриланса**

- A. Получаете ли Вы удовольствие от своей работы, от того, чем Вы занимаетесь, или для Вас это все-таки обычный труд, необходимость заработка денег?
- B. Если сравнивать стандартную и свободную форму занятости (фрилансинг), то какая из них, по Вашему мнению, наиболее прибыльная? А какая более удобная? Где больше возможностей для профессионального роста? Почему?
- C. Чем лично Вас привлекает свободная форма занятости? А что, наоборот, кажется не удобным, что мешает, какие проблемы возникают?  
*Обсудить:*
  - *оптимизация рабочего графика, возможность его корректировки;*

- *отсутствие постоянного контроля со стороны руководства;*
- *отсутствие необходимости подчиняться корпоративным правилам;*
- *отсутствие группового давления со стороны трудового коллектива*
- *нерегулярность финансовых поступлений*
- *неэффективность работы из-за внутрисемейных проблем*
- *вероятность обмана со стороны работодателя*
- *отсутствие карьерного роста*
- *отсутствие годовых бонусов премий, оплачиваемого отпуска*

D. Какие люди, на Ваш взгляд, преимущественно, идут во фрилансинг? Есть ли у них что-то общее, что-то такое, что их объединяет? Какими личностными, деловыми, профессиональными качествами им необходимо обладать? Какие мотивы ими двигают – на примере Ваших друзей и знакомых?

E. При каких условиях работы (заработная плата, график, должность, обязанности, компания и т.п.) Вы бы согласились перейти от фриланса к обычной, постоянной занятости? В каких организациях Вам бы хотелось поработать? На каких должностях?

## **12. Поиск работы**

- Скажите, пожалуйста, что происходит чаще: Вы сами занимаетесь поиском работы, заказов или же заказчики обращаются к Вам со своими предложениями?
- Почему заказчики обращаются именно к Вам? Как они Вас находят? Что повышает статус фрилансера в глазах работодателей? Из каких параметров складывается репутация фрилансера, можно ли вообще говорить здесь о репутации?
- Расскажите, пожалуйста, каким образом Вы ищете работу сами (*Интернет-ресурсы; через знакомых, друзей; постоянное сотрудничество и т.д.*)? Имели ли Вы опыт поиска работы через Интернет? Какие есть плюсы и минусы в Интернет-ресурсах, где размещены вакансии для фрилансеров? Какие из них Вы используете? Как много времени Вы затрачиваете на поиск работы?
- На какие параметры Вы обращаете внимание, когда принимаете решение, выполнять предложенный заказ или нет? Происходит ли между Вами и работодателем согласование условий работы («торг») или Вы сразу либо принимаете, либо отвергаете предложение? Как формируется цена заказа, от каких параметров она зависит? Кто в наибольшей степени на неё влияет – заказчик или исполнитель?
- Расскажите, пожалуйста, насколько схожи проекты, над которыми Вы работаете, по таким критериям, как: *характер задания, трудность выполнения, сроки выполнения, размер оплаты*? Каким проектам Вы отдаёте предпочтение?
- Приходилось ли Вам работать на зарубежных работодателей (на работодателей из других регионов России)? Чем они отличаются от российских работодателей (от москвичей)? С кем из них Вы лично предпочитаете работать и почему?

## **13. Структура рынка**

- Какова, на Ваш взгляд, доля фрилансеров среди людей, занятых той же самой работой, что и Вы сами? Как Вы считаете, в чём основные причины использования труда фрилансеров в данной области?

- Опишите, пожалуйста, компании, которые в настоящее время больше всего нуждаются и чаще всего прибегают к услугам фрилансеров (*сфера и масштабы деятельности, размер штата, принципы организации производства, территориальная расположенность, время работы на рынке*)? Попытайтесь описать основные типы организаций, с которыми Вам приходилось сотрудничать.

#### **14. Взаимоотношения с работодателями. Трудовые конфликты**

- Кто непосредственно нанимает фрилансеров на работу, кто контактирует с ними со стороны компании-работодателя (*непосредственный руководитель проекта, HR-менеджер, кадровое агентство*)? Всегда ли Вы точно знаете своего конечного заказчика – на кого именно Вы работаете, или же в этом бизнесе много посредников?
- Каким образом обычно закрепляются Ваши трудовые отношения с работодателем – письменно или устно? Кто определяет форму контракта: фрилансер или работодатель? В каких ситуациях Вы соглашаетесь на ту или иную форму контракта? Какая форма контракта, по Вашему мнению, предпочтительнее для работодателя? Почему?
- Как организована процедура принятия заказчиком работы и оценка её качества? Бывает ли работодатель недоволен результатом? Почему? Как урегулируются подобные ситуации? Существует ли промежуточный контроль результатов по ходу исполнения проекта, оценка «прогресса» деятельности фрилансера?
- Как происходит финансовый расчёт с работодателем? Существует ли авансовый платёж, в каком размере? Какую форму оплаты Вы обычно используете (*банковский перевод, наличные, электронные деньги и т.п.*)? Как быстро после окончания проекта происходит окончательный расчёт?
- Вспомните, пожалуйста, возникали ли у Вас неприятные (неудобные) ситуации при взаимодействии с работодателем? Какие конкретно возникали проблемы? Были ли случаи, когда работодатель не выполнял свои обязательства? Расскажите, основываясь на своем опыте и опыте Ваших знакомых фрилансеров, какие проблемы встречаются чаще всего? Вспомните, по каким причинам Вы отказывались работать с теми или иными работодателем? Доходило ли до открытых конфликтов?
- Случались ли такие ситуации, когда Вы не выполняли задание в срок? Как Вы выходили из такой ситуации? Как Вы решали данную проблему с работодателем?
- Скажите, пожалуйста, предоставляли ли Вам заказчики когда-либо рекомендации, отзывы по итогам Вашей работы или нет? Как часто это случалось? Бывали ли такие случаи, что заказчик, работу которого Вы выполняли ранее, обращался с повторными предложениями о работе?
- Идеальный работодатель – кто он такой? Опишите, каким Вы его видите? Приходилось ли Вам сталкиваться с подобными заказчиками? В чём заключаются основные несоответствия между идеальным заказчиком и типичным работодателем, существующим в реальной жизни?

#### **15. Социальные взаимодействия. Самоидентификация**

- А. При традиционной занятости человек имеет возможность ежедневно общаться лицом к лицу со своими коллегами, единомышленниками. Фрилансеры, как правило, лишены этого. Насколько тяжело Вам работать в одиночестве? Чувствуете ли Вы

потребность в общении со своими коллегами? Обсуждаете ли Вы с кем-нибудь результаты своего труда?

- В. Как Вы считаете, есть ли в среде фрилансеров своеобразное профессиональное сообщество? Зарегистрированы ли Вы на форумах, посвященных фрилансингу, общаетесь ли в чатах с фрилансерами? Нужны ли такие площадки для общения (*выяснить достоинства и недостатки подобного общения*)? Участвуете ли в каких-нибудь конкурсах, соревнованиях? А вообще существуют ли подобные конкурсы для фрилансеров?
- С. Какими качествами необходимо обладать фрилансеру, чтобы получить признание, авторитет «среди своих», в рамках профессионального сообщества? Насколько важно лично для Вас такое признание? Что оно даёт?
- Обсудить:
- *сотрудничество с крупными известными компаниями;*
  - *высокий уровень гонораров;*
  - *наличие устойчивых, долгосрочных связей со своими заказчиками;*
  - *обеспеченность заказами на длительный срок.*
- Д. Обращались ли Вы за помощью к другим фрилансерам при возникновении проблем входе выполнения проекта? Случалось ли Вам самому оказывать подобную помощь? Как это происходит: просто совет или выполнение части работы? Существует ли практика оплаты такой помощи?
- Е. Приходилось ли сталкиваться с командной формой организации работы, когда один проект выполняют сразу несколько фрилансеров? Необходима ли в таком проекте более активная коммуникация между исполнителями? Каким образом она осуществляется?

## **16. Финансовое планирование, стратегии**

- Насколько регулярными являются Ваши доходы? Как их величина варьируется от месяца к месяцу? Как Вы решаете проблему нерегулярности денежных поступлений? Насколько регулярно Вы делаете сбережения? Создаете ли себе страховой резерв на будущее? Как далеко Вы смотрите в будущее?
- Пользуетесь ли услугами банков, страховых, инвестиционных компаний? Какие формы сбережения, инвестирования денежных средств предпочитаете? Пользуетесь ли какими-либо специальными программами финансового планирования? Всегда ли Вы точно знаете, сколько у Вас денег в наличии?
- Скажите, пожалуйста, как Вы относитесь к тому, что, будучи фрилансером, Вы оказываетесь не обеспечены социальными гарантиями со стороны государства и работодателя (пенсионное обеспечение, оплата больничных, отпуска, выходные и т.п.)? Как Вы пытаетесь решать эти проблемы?

## **17. Личное**

- А. Расскажите, пожалуйста, кто Ваши друзья? Много ли среди них фрилансеров? Много ли людей Вашей профессии?

В. Как Вы проводите свободное время?

С. Скажи, пожалуйста, Вы живете один или нет? Есть ли у Вас дети? Работает ли Ваш супруг (супруга)? Как Вы планируете свой совместный бюджет? Зависит ли объем выполняемой Вами фриланс-работы от размера заработка этого человека?

### **18. Планы на будущее**

- Каким Вы видите свое будущее? Строите ли какие-нибудь жизненные планы? Если да, то на какой срок?
- 
- Как долго Вы ещё планируете работать фрилансером? Если планируете сменить вид деятельности, то когда и почему? С чем это может быть связано (с какими-то изменениями в жизни, с достижением определенного возраста)? Чем бы Вы хотели заниматься в таком случае? Почему?
  - открыть свое дело, заняться самостоятельным бизнесом
  - получить постоянную работу в какой-либо компании
- Если Вам в будущем придется сменить специальность и сферу деятельности, то планируете ли Вы всё равно остаться фрилансером или же допускаете возможность перейти на постоянную работу в штат организации?

**Самозанятость в информационной экономике:  
как россияне осваивают новые формы организации труда**

**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*

1. Являюсь фрилансером, и это мой единственный источник дохода – к №3
2. Являюсь фрилансером, но у меня есть и другие источники дохода
3. Не являюсь фрилансером, но планирую стать им в будущем – отдельная анкета (future)
4. Раньше работал в качестве фрилансера, а теперь уже нет – отдельная анкета (past)
5. Другое \_\_\_\_\_

**Какую примерно долю от всего Вашего личного дохода составляет заработок в качестве фрилансера (в среднем за 2008 год)?**

\_\_\_\_\_ %

**Чем Вы занимаетесь в качестве фрилансера? Какова Ваша основная специализация?**

*Возможно не более двух вариантов ответа*

1. Разработка и поддержка веб-сайтов
2. Программирование
3. Дизайн / Графика
4. Фото
5. Аудио / Видео
6. Тексты / Копирайт / Переводы
7. Реклама / Маркетинг / Консалтинг
8. Другое \_\_\_\_\_

**В каком году Вы начали работать в качестве фрилансера?**

1. *Выпадающий список (обратный порядок – до 1950)*

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

*Один ответ*

1. Да, совмещаю с работой в организации в качестве штатного сотрудника – к №7
2. Да, у меня есть собственный бизнес и наемные работники
3. Да, совмещаю с учебой в ВУЗе
4. Да, «сичу дома» со своим маленьким ребенком (до 3 лет)
5. Нет, работаю только в качестве фрилансера
6. Другое \_\_\_\_\_

**Приходилось ли Вам когда-нибудь в своей жизни работать в организации в качестве штатного сотрудника?**

1. Да
2. Нет – к №9

<sup>43</sup>Проект, реализованный в рамках Инновационной образовательной программы ГУ-ВШЭ «Формирование системы аналитических компетенций для инноваций в бизнесе и государственном управлении». «Учитель и ученик» (2008-2009 гг.) под руководством Шевчука А.В. и Стребкова Д.



**В каком году Вы впервые устроились на работу в качестве штатного сотрудника?**

1. *Выпадающий список (обратный порядок – до 1950)*  
Если в вопросе №5 выбран вариант 1 – переход к №9

**В каком году Вы прекратили работать в организациях в качестве штатного сотрудника?**

1. *Выпадающий список (обратный порядок – до 1950)*
2. До сих пор работаю в штате организации – *вариант исключает все остальные*

**Если говорить о Вашем отношении к работе вообще, то какие её стороны Вы считаете наиболее важными?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Хорошая оплата
2. Не слишком напряженная работа
3. Надежное место работы
4. Работа, вызывающая уважение у людей
5. Удобный график работы
6. Возможность проявлять инициативу
7. Большой отпуск
8. Работа, на которой Вы чувствуете, что можете чего-то достичь
9. Ответственная работа
10. Интересная работа
11. Соответствие работы способностям

**Каким образом Вы стали фрилансером?**

*Один ответ*

1. Всегда хотел работать именно фрилансером
2. Был вынужден стать фрилансером под влиянием внешних обстоятельств
3. Последовал примеру (совету) друзей и знакомых
4. Это произошло случайно
5. Другое \_\_\_\_\_

**Чем лично Вас больше всего привлекает работа фрилансера?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Возможность работать дома
2. Отсутствие привязки к конкретному рабочему месту
3. Гибкий график, возможность самому выбирать время работы
4. Не нужно подчиняться корпоративным правилам
5. Возможность работать индивидуально, отсутствие коллектива
6. Результат работы зависит только от меня, от моих усилий
7. Отсутствие начальства и постоянного контроля
8. Хорошие возможности профессионального роста и повышения квалификации
9. Отсутствие рутины, разнообразие выполняемой работы
10. Возможность самому выбирать себе проекты по душе
11. Относительно высокий уровень дохода
12. Возможность не платить подоходный налог
13. Возможность совмещать фриланс с учебой или работой по найму
14. Возможность совмещать работу с уходом за ребенком
15. Другое \_\_\_\_\_
16. Ничем не привлекает – *вариант исключает все остальные*

**Что лично Вам больше всего не нравится в работе фрилансера?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Необходимость работать дома
2. Необходимость работать индивидуально, вне коллектива
3. Необходимость самому себя организовывать и контролировать
4. Невысокий престиж данного вида занятости в глазах окружающих
5. Отсутствие карьерного роста, продвижения по служебной лестнице
6. Недостаток общения с коллегами
7. Необходимость самостоятельно заниматься поиском новых проектов
8. Рутинная, однообразная работа, повторяющиеся проекты
9. Отсутствие социального пакета (оплата лечения, питания, проезда и т.п.)
10. Отсутствие социальных гарантий (больничные, отпуска, пенсионное обеспечение)
11. Высокие риски, вероятность обмана со стороны заказчика
12. Относительно невысокий уровень дохода
13. Нестабильность, непредсказуемость будущих доходов
14. Отсутствие легальных, документально подтвержденных доходов
15. Другое \_\_\_\_\_
16. Всё нравится – вариант исключает все остальные

**Каким образом Вы планируете работать через 5 лет?**

*Один ответ*

1. Буду работать только в качестве фрилансера
2. Буду совмещать фриланс с другой оплачиваемой занятостью
3. Буду работать в организации в качестве штатного сотрудника
4. Организую (буду развивать) собственный бизнес, открою фирму
5. Не буду работать совсем
6. Другое \_\_\_\_\_

**На каких сайтах для фрилансеров (биржах удаленной работы) Вы зарегистрированы?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Free-lance.ru
2. Freelancejob.ru
3. Web-lancer.com
4. Weblancer.net
5. Elance.com
6. Guru.com
7. GetAFreelancer.com
8. Другие \_\_\_\_\_
9. Нигде не зарегистрирован – вариант исключает все остальные – к №16

**Насколько важны или не важны для Вас приведенные ниже характеристики бирж удаленной работы?**

*Укажите соответствующее значение от 1- совершенно не важно, до 5 – очень важно. 9 – затрудняюсь ответить, не могу оценить*

Популярность ресурса, количество пользователей	1	2	3	4	5	9
Хороший дизайн	1	2	3	4	5	9

Удобный рабочий интерфейс	1	2	3	4	5	9
Функциональные возможности бесплатных сервисов	1	2	3	4	5	9
Наличие форума или блогов на ресурсе	1	2	3	4	5	9
Дополнительные (платные) сервисы	1	2	3	4	5	9
Участие администрации ресурса в решении конфликтных ситуаций («сделки без риска»)	1	2	3	4	5	9
Возможность оплаты работы через сайт	1	2	3	4	5	9
Большая база предложений о работе	1	2	3	4	5	9

**Каким образом Вы обычно получаете новые заказы?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Работаю с постоянными заказчиками
2. По рекомендации бывших заказчиков, клиентов
3. По рекомендации друзей, знакомых
4. Через биржи удаленной работы
5. Через собственный сайт
6. Через форумы, блоги, социальные сети в Интернете
7. Другое \_\_\_\_\_

*Если в вопросе №16 не выбран вариант ответа «Через биржи удаленной работы» - переход к вопросу №19. Если он выбран, задаются вопросы №17 и №18.*

**Какую примерно долю Ваших заказов Вы получаете через биржи удалённой работы (в среднем в 2008 году)?**

\_\_\_\_\_ %

**Помогает ли Вам Ваш рейтинг на биржах удаленной работы в получении новых заказов?**

*Один ответ*

1. Да, это является очень важным фактором
2. Довольно часто помогает
3. Иногда помогает
4. Совершенно не помогает
5. У меня нет рейтинга на биржах удаленной работы

**Со сколькими заказчиками Вам приходилось работать в течение 2008 года? (Имеется в виду только оплачиваемая работа)**

\_\_\_\_\_

**Сколько примерно проектов Вы выполнили в 2008 году?**

\_\_\_\_\_

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

*Один ответ*

1. Составляем официальный письменный договор
2. Официальный договор не составляем, но фиксируем все детали в ходе переписки
3. Договариваемся обо всем устно
4. Другое \_\_\_\_\_

**Сталкивались ли Вы в текущем 2008 году с ситуациями, когда заказчик нарушал первоначальные договоренности? Если да, то в чем это выразилось?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Изменения первоначальных задач работы (технического задания)
2. Сокращение сроков на выполнения заказа
3. Отмена уже выполняемого заказа без компенсации
4. Задержка с оплатой работы
5. Полная или частичная невыплата гонорара
6. «Исчезновение» заказчика
7. Другое \_\_\_\_\_
8. Нет, не сталкивался сам, но слышал о таких случаях – вариант исключает все остальные – к №24
9. Нет, не сталкивался сам, и не слышал о таких случаях – вариант исключает все остальные – к №24

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

*Любое число вариантов ответа*

1. Да, путём переговоров с заказчиком
2. Да, с участием администрации биржи удаленной работы
3. Да, через обращения в судебные инстанции
4. Да, с использованием угроз и «силовых методов»
5. Да, другим способом \_\_\_\_\_
6. Нет, ситуация в конечном счете не была разрешена – вариант исключает все остальные

**В какой форме Вы обычно получаете оплату за выполненную работу?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Денежным, банковским или почтовым переводом
2. Через электронные платежные системы (WebMoney, Яндекс.Деньги и т.п.)
3. Наличными при встрече
4. Другое \_\_\_\_\_

**Оцените, пожалуйста, средний размер Вашего личного ежемесячного дохода, включая как фриланс, так и другие виды заработка (в среднем за 2008 год).**

*Один ответ*

1. Менее 10 тыс. рублей
2. От 10 до 25 тыс. рублей
3. От 25 до 50 тыс. рублей
4. От 50 до 75 тыс. рублей
5. От 75 до 100 тыс. рублей
6. Свыше 100 тыс. рублей

**Какую примерно долю составляет Ваш личный доход в совокупном доходе всей Вашей семьи?**

*Говоря о Вашей семье, мы имеем в виду тех, кто постоянно живет с Вами на одной жилплощади и ведет с Вами общее хозяйство.*

\_\_\_\_\_ %

**Насколько сильно изменяется уровень Ваших личных доходов от месяца к месяцу (на примере 2008 года)?**

*Один ответ*

1. Практически не меняется от месяца к месяцу
2. Может отличаться в полтора-два раза
3. Может отличаться более чем в два раза

**Скажите, пожалуйста, планируете ли Вы обычно свои будущие доходы и расходы или не планируете? И если планируете, то на какой срок?**

*Один ответ*

1. Не планирую
2. Планирую на минимальный срок (менее полугода)
3. Планирую на небольшой срок (полгода-год)
4. Планирую на более длительный период (более года)

**Ведёте ли Вы финансовый учет Ваших личных доходов и расходов?**

*Один ответ*

1. Веду строгий, детальный учет доходов и расходов
2. Веду примерный учет доходов и расходов
3. Не веду никакого учета доходов и расходов

**Как вы думаете, на какое примерно время хватило бы сбережений Вашей семье, если бы вдруг исчезли все источники её доходов?**

*Один ответ*

1. Хватило бы больше, чем на год
2. На 7-12 месяцев
3. На 5-6 месяцев
4. На 3-4 месяца
5. На 2 месяца
6. На 1 месяц
7. На период меньше 1 месяца
8. У нашей семьи нет сбережений
9. Затрудняюсь ответить

**Смогли бы Вы полноценно выполнять свою работу без Интернета?**

1. Да
2. Нет

**Для каких целей Вы используете Интернет в Вашей работе?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Нахожу заказчиков (клиентов)
2. Получаю задания от заказчиков
3. Пересылаю результаты работы заказчику
4. Получаю оплату за свою работу
5. Поддерживаю связь с заказчиком, веду деловую переписку
6. Ищу материалы для работы
7. Общаюсь с коллегами на профессиональные темы
8. Занимаюсь администрированием сайта
9. Другое \_\_\_\_\_
10. Не использую Интернет в своей работе – вариант исключает все остальные

**Где Вы чаще всего работаете в качестве фрилансера?**

*Один ответ*

1. Дома в отдельном помещении (кабинете)
2. Дома в общей жилой комнате, на кухне

3. Вне дома (в кафе, в помещении заказчика, в дороге и т.п.) – к №36
4. В офисе той организации, где я состою в штате – к №36
5. В другом месте \_\_\_\_\_ – к №36

**В чем лично для Вас состоят преимущества работы в домашних условиях?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Не трачу время и деньги на дорогу до работы и обратно
2. Не нахожусь на глазах у других людей
3. Никто не отвлекает от работы, легче сконцентрироваться
4. Дома я лучше обеспечен техникой, оборудованием и рабочими материалами
5. Работаю в удобное для себя время
6. Имею возможность переключаться на любые другие дела
7. Не нужно соблюдать определенный стиль одежды («дресс-код»)
8. Другое \_\_\_\_\_
9. Не вижу никаких преимуществ – вариант исключает все остальные

**В чем лично для Вас заключаются недостатки работы в домашних условиях?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Трудно настроить себя на работу, отвлекаешься на другие дела
2. Отвлекают другие члены семьи
3. Мешают посторонние шумы (соседи, стройка, ремонты в квартирах и т.п.)
4. Близкие считают, что раз я нахожусь дома, то должен больше заниматься домашней работой
5. Не к кому обратиться за помощью, когда возникают вопросы и проблемы
6. Не хватает техники, оборудования и рабочих материалов
7. Не хватает общения с людьми
8. Другое \_\_\_\_\_
9. Не вижу никаких недостатков – вариант исключает все остальные

**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*

**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*

**В какие часы Вы обычно работаете в качестве фрилансера?**

*Любое число вариантов ответа*

1. 00.00-03.00
2. 03.00-06.00
3. 06.00-09.00
4. 09.00-12.00
5. 12.00-15.00
6. 15.00-18.00
7. 18.00-21.00
8. 21.00-24.00

**Какое из утверждений лучше всего описывает Ваш процесс работы?**

*Один ответ*

1. Работаю регулярно, в определенные часы
2. Работаю тогда, когда чувствую вдохновение

3. Работаю тогда, когда появляется свободное время
4. Делаю все в последний момент, когда уже поджимают сроки
5. Другое \_\_\_\_\_

**Принимая во внимание все стороны Вашей работы, скажите, насколько Вы удовлетворены своей нынешней работой?**

*Один ответ*

0 \_\_\_\_\_ 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_ 6 \_\_\_\_\_ 7 \_\_\_\_\_ 8 \_\_\_\_\_ 9 \_\_\_\_\_ 10

Совершенно  
неудовлетворен

Полностью  
удовлетворен

**Укажите, пожалуйста, Ваш пол**

*Один ответ*

- Мужской
- Женский

**Сколько лет Вам исполнилось?**

- Запишите число \_\_\_\_\_ лет

**Каково Ваше семейное положение?**

*Один ответ*

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

**Сколько человек в Вашей семье, включая Вас?**

*Говоря о Вашей семье, мы имеем в виду тех, кто постоянно живет с Вами на одной жилплощади и ведет с Вами общее хозяйство.*

- Запишите число \_\_\_\_\_ человек

**Сколько в Вашей семье детей моложе 16 лет?**

- Запишите число \_\_\_\_\_ детей

**Какое у Вас образование?**

*Один ответ*

- Неполное среднее – к №48
- Среднее, среднее специальное – к №48
- Неполное высшее (окончил 3 курса и выше)
- Высшее
- Два и более высших образования, степень MBA
- Ученая степень кандидата или доктора наук, PhD

**Скажите, пожалуйста, в какой сфере Вы получили высшее образование?**

*Любое число вариантов ответа*

1. Технические науки (инженерное, конструкторское, строительное и т.д.)
2. Точные науки (математика, физика и т.д.)
3. Информационные технологии (IT)
4. Естественные науки (химия, биология, география и т.д.)
5. Юридические науки
6. Экономические науки (финансы, маркетинг, бухучет, торговля и т.д.)

7. Управление (государственное управление, менеджмент и т.д.)
8. Гуманитарные науки (история, филология, философия и т.д.)
9. Социальные науки (социология, политология, психология, и т.д.)
10. Медицинские науки
11. Творческие и художественные специальности
12. Другое \_\_\_\_\_

**Укажите, пожалуйста, страну, гражданином которой Вы являетесь?**

*Один ответ*

1. Россия – к №49
2. Украина
3. Беларусь
4. Казахстан
5. Другая страна \_\_\_\_\_

Если не Россия – конец опроса

**Если Вы проживаете в настоящее время в России, укажите, пожалуйста, Ваш регион?**

*Выпадающий список*

1. Москва
2. Санкт-Петербург
3. *Дальше список регионов в алфавитном порядке*
4. В России не проживаю