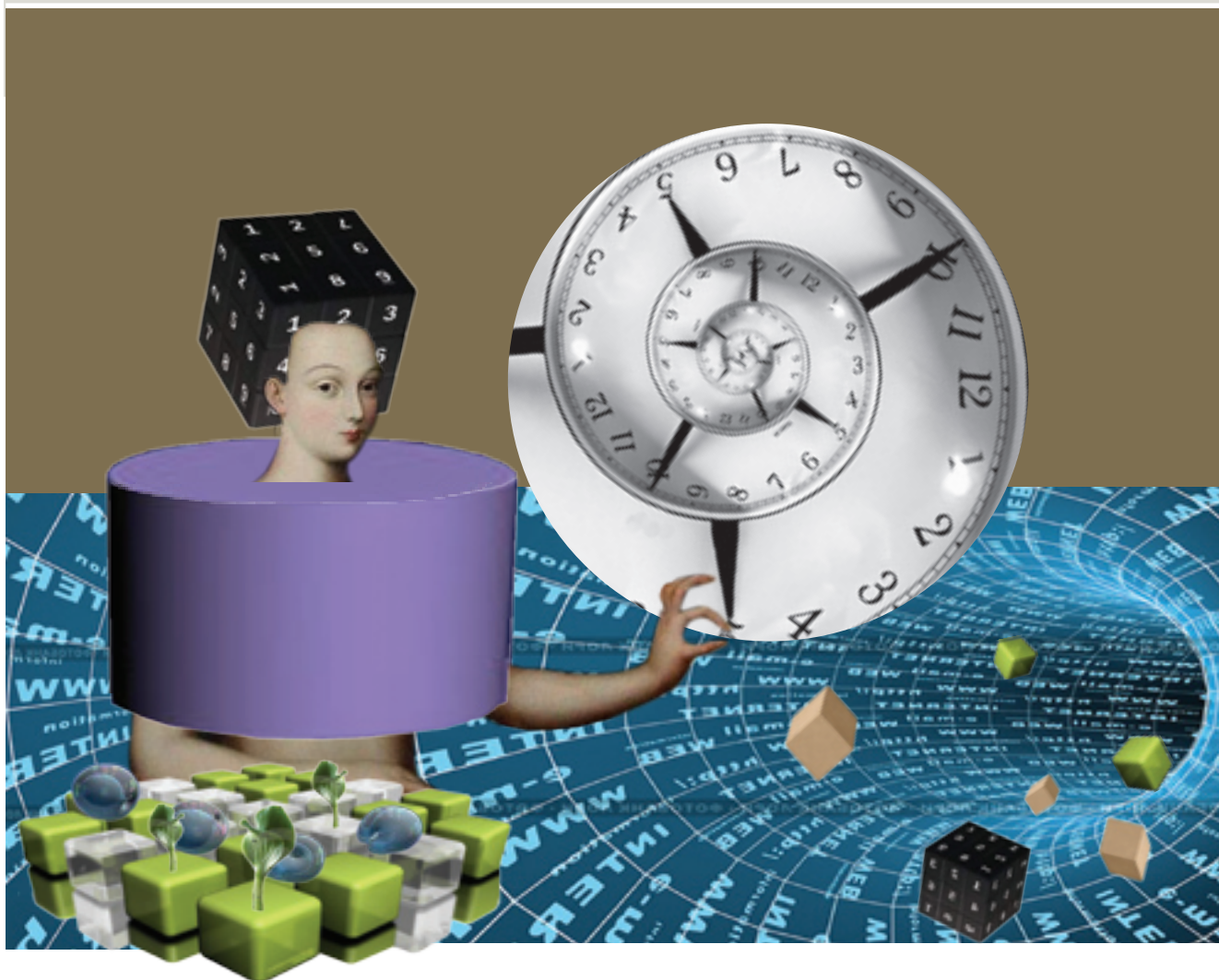


Инновационный потенциал агентов новой экономики¹

Д.О. Стребков*



В условиях новой экономики ключевыми производственными ресурсами становятся информация и знания. Они несут мощный инновационный потенциал и меняют рынок труда. Распространение получают новые формы занятости, активно развивается сектор интеллектуальных услуг.

Работники новой эпохи — бизнесмены и фрилансеры — предприимчивы, заинтересованы в результатах своей деятельности, способны к самообучению. Несмотря на сходства, у них имеются серьезные различия, связанные с организацией трудового процесса и другими профессиональными особенностями.

* Стребков Денис Олегович — старший научный сотрудник, Лаборатория экономико-социологических исследований, Государственный университет — Высшая школа экономики. E-mail: strebkov@hse.ru

¹ Работа подготовлена в рамках исследовательского проекта № 09-01-0036 (индивидуальный грант ректора ГУ-ВШЭ).

Новая экономика

«Новая экономика» — один из множества терминов, характеризующих тот экономический порядок, который играет доминирующую роль в XXI веке. Социальные исследователи для обозначения данного явления используют еще и такие понятия, как сетевая, информационная, цифровая экономика и т. п.

Подобная терминология обусловлена, прежде всего, тем, что вместо сырья и энергии в производственных процессах решающую роль начинают играть новые ресурсы — информация и знание. Как отмечает П. Дракер, «знание стало сегодня основным условием производства. Традиционные «факторы производства» — земля (т. е. природные ресурсы), рабочая сила и капитал — не исчезли, но приобрели второстепенное значение. Эти ресурсы можно получать, причем без особого труда, если есть необходимые знания. Знание в новом его понимании означает реальную полезную силу, средство достижения социальных и экономических результатов» [Дракер, 1999, с. 95].

Второй важный аспект «новой экономики» заключается в том, что на смену труду и капиталу приходит новое основное средство производств — интеллект человека. Центр тяжести смещается в сторону умственного труда. Ключевыми видами деятельности становятся сбор информации, ее обработка, последующий анализ, интерпретация, разработка рекомендаций и, как следствие, получение нового знания.

Агенты новой экономики

В индустриальном обществе ключевую роль в производстве товаров и услуг играли крупные корпорации, обладающие жесткой иерархической системой управления. Добиваясь существенной экономии на масштабах, эти компании стремились не только к получению прибыли, но и, что гораздо важнее, к росту самой корпорации, к захвату большей доли рынка. Сегодня ситуация изменилась: продавцам-монополистам стало намного сложнее диктовать свои условия и устанавливать цены. Конкурентные преимущества крупных компаний выражены уже не так ярко.

Организациям с вертикальной иерархией тяжело оперативно реагировать на изменения на рынке. Если раньше цели создания фирмы предусматривали минимизацию транзакционных издержек, то сейчас, благодаря новым коммуникационным технологиям, стоимость информации и координации существенно снизилась. Следовательно, исчезает потребность в огромном административно-бюрократическом аппарате, появляются новые возможности для организации и оптимизации производственных процессов, внутренняя структура компаний начинает трансформироваться.

Д. Тапскотт, описывая этот процесс, утверждает, что на смену старым корпорациям приходят «динамичные молекулы и скопления людей и организаций» [Тапскотт, 1999]. Именно они становятся базой любой хозяйственной деятельности. Предприятие нового типа имеет молекулярную структу-

ру, в основе которой как элементарная производственная единица находится человек — работник умственного труда.

В результате появляются предприятия нового типа — *сетевые компании*, состоящие из независимых модульных компонентов, связанных между собой горизонтально и составляющих единую сеть услуг. Л. Эдвинссон и М. Мэлоун используют для обозначения такого рода организаций термин «*виртуальные корпорации*». «Виртуальная корпорация — это прежде всего организация, использующая высокие технологии и имеющая квалифицированный персонал, способный перестроиться и модифицировать формы ее деятельности в масштабе реального времени» [Эдвинссон, Мэлоун, 1999, с. 442–443].

Таким образом, «новая экономика» носит сетевой характер. Именно такая конфигурация хозяйственного пространства позволяет наиболее эффективно управлять информационными потоками и человеческими ресурсами.

Организационные изменения в условиях новой экономики

Поскольку работа в условиях новой экономики требует, прежде всего, использования накопленных знаний, а также применения умственных и творческих способностей, степень индивидуализации труда возрастает. Одна и та же задача может быть неодинаково выполнена разными людьми. Труд перестает быть товаром в его классическом экономическом понимании (однородный, бесконечно делимый и т. п.), а работники уже не могут считаться взаимозаменяемыми.

Есть и другие важные черты, которые отличают профессионалов новой экономики. В индустриальную эпоху люди имели преимущественно жесткий график работы: они были вынуждены выходить из дома строго в определенное время, одновременно приступать к работе, находиться на рабочем месте положенное время и одновременно уходить домой. Сейчас же использование новых информационных технологий — компьютера, Интернета, мобильного телефона — позволяет человеку устанавливать индивидуальный график.

Ранее производственный процесс мог быть разделен на большое число отдельных операций, выполнение которых происходило по стандартной схеме и практически не зависело от личной квалификации специалиста. Происходило разделение труда на умственный (включающий планирование и управление производством) и физический. У рабочих он дробился, упрощался и унифицировался, в то время как у руководителей, наоборот, — усложнялся и требовал все более высокой квалификации.

В то же время информационная экономика предъявляет новые требования: она нуждается в профессионалах-универсалах, способных совмещать исследовательские, управленческие и исполнительные функции, творчески мыслить, быстро перестраиваться и оперативно принимать решения [Курицкий, 2000, с. 25–26]. Изменяется и мотивация

служащих: они переходят от однообразной утомительной работы к самостоятельной творческой деятельности.

В современном обществе появляется особая категория людей, чьей основной задачей становится осмысление результатов научных исследований и наделение их свойствами «полезности». Их можно называть «работниками знания».

Фрилансеры. В России и западных странах получает распространение новая гибкая форма занятости — «фриланс» (от англ. *freelance*). Говоря о фрилансерах, обычно подразумевают высококвалифицированных поставщиков услуг, осуществляющих свою деятельность на условиях свободной занятости (вне штата формальной организации) в таких сферах, как компьютерные технологии, веб-дизайн, лингвистика, консалтинг и т. п.

Впервые об этой категории работников в научной литературе заговорили не так давно — примерно двадцать лет назад. Наиболее значимыми оказались работы Д. Пинка [Пинк, 2006] и Т. Малоуна [Малоун, 2006], в которых приводится описание фрилансеров и выстраиваются прогнозы относительно их важности для экономики будущего.

Т. Малоун и Р. Лаубахер особо выделили подгруппу электронных фрилансеров (*e-lancers*), которые, будучи независимыми профессионалами, осуществляют свою трудовую деятельность удаленно, используя информационные и коммуникационные технологии [Malone, Laubacher, 1998; Малоун, 2006]. Иными словами, это фрилансеры, выполняющие работу преимущественно с помощью компьютера, Интернета и телефона.

По мнению Т. Малоуна, именно электронные фрилансеры, а не корпорации, являются базовой единицей дистанционной экономики, которой автор пророчит будущее. Объединяясь в гибкие временные сети для выполнения конкретных проектов, дистанционные «свободные художники» могут независимо друг от друга реализовать достаточно сложные задачи, что раньше было под силу лишь целому штату постоянных сотрудников. Когда работа над проектом завершена (спустя день, месяц или год), такая сеть распадается, а ее члены вновь становятся независимыми работниками, циркулирующими на отраслевом рынке в поисках новых проектов.

По сути, фрилансер представляет собой микропредприятие, состоящее из единственного сотрудника, который помимо своей основной работы выполняет и ряд других вспомогательных действий, необходимых для нормального функционирования его виртуальной «фирмы»: от поиска заказчиков и заключения договоров до ведения внутренней бухгалтерии. Отказываясь от штатной занятости и переходя во фриланс, наемный работник тем са-

мым обретает организационную свободу и превращается в самостоятельную трудовую единицу, которая несет полную ответственность за принимаемые решения и работает «на себя».

Малые предприниматели. Другим известным и распространенным способом, с помощью которого можно обрести независимость от работодателя, является переход индивида от работы по найму к предпринимательской деятельности, предполагающей регистрацию юридического лица и привлечение сотрудников, выполняющих часть задач. Такой переход может быть никак не связан с описанными выше процессами информатизации общества. Тем не менее, именно они открывают новые уникальные возможности для открытия собственного дела в тех же областях, где получила распространение и свободная занятость, то есть сферах, связанных с обработкой, анализом и систематизацией информации. Главным преимуществом подобной деятельности является то, что организация бизнеса не требует столь существенных материальных затрат, как во многих других случаях. Как правило, подобным фирмам не нужно арендовать помещение, закупать

дорогостоящее оборудование и сырье. Практически весь первоначальный капитал сводится к знаниям, навыкам и умениям собственников, руководителей и сотрудников организации.

Исследование малого предпринимательства входит в число ключевых задач современной экономической социологии как с теоретической, так

и с практической точек зрения. Особенно актуально это для стран с переходной экономикой, где происходит быстрая и зачастую радикальная трансформация моделей экономического поведения всех без исключения хозяйственных субъектов. При этом, как отмечает А.Ю. Чепуренко, «развитие предпринимательства является важнейшим фактором роста рыночной экономики, а в переходных обществах — показателем успешности рыночных реформ» [Чепуренко, 2008, с. 22].

Во всем мире в последние тридцать лет наблюдался рост интереса к проблемам малого бизнеса [Blackburn, Kovalainen, 2008]. Примером этому служит инициированный в 1999 г. международный исследовательский проект GEM, или «Глобальный мониторинг предпринимательства», нацеленный на изучение деловой активности населения различных стран мира. В настоящее время в нем принимают участие более 42 стран, к которым в 2006 г. присоединилась и Россия.

Несмотря на значительную разработанность темы, реализация эмпирических исследований в этой области сталкивается с рядом методических проблем, обусловленных небольшой численностью и труднодоступностью группы малых предпринимателей. Перечислим некоторые из них.

Информационная экономика нуждается в профессионалах-универсалах, способных совмещать исследовательские, управленческие и исполнительные функции, творчески мыслить, быстро перестраиваться и оперативно принимать решения

I. Качественная методология, часто используемая и весьма эффективная при анализе мотивации, описании основных моделей поведения, проблем и потребностей, не позволяет оценить реальную степень распространенности тех или иных практик среди предпринимателей и проследить взаимосвязи между отдельными характеристиками.

II. Количественные исследования, призванные решить эту задачу, реализуются, в свою очередь, в ходе общероссийских репрезентативных опросов на очень маленьких подвыборках бизнесменов, которые не позволяют получить статистически значимых результатов. Так, в рамках первой волны упоминавшегося исследования GEM (2006 г.) в выборку попало 110 предпринимателей, второй (2007 г.) — 88, третьей (2008 г.) — 68 человек. Даже если объединить базы трех лет и анализировать их совместно, то исследуемая совокупность составит лишь 266 респондентов.

III. В структуре малых предприятий преобладают «традиционные» виды деятельности — торговля, малые пищевые производства, грузовые перевозки, оказание услуг (парикмахерские, салоны красоты) и т. п. Именно они составляют большую часть выборки количественных исследований. Однако особый интерес представляет изучение малых предпринимателей, занятых в «интеллектуальных» и высокотехнологичных сферах, таких как программирование, разработка и наполнение веб-сайтов, дизайн, инжиниринг, реклама, маркетинг и т. п. В последние годы именно эти направления развиваются наиболее активно и несут в себе мощный инновационный потенциал, во многом определяя конкурентоспособность страны на глобальной арене.

Основная гипотеза исследования

Главный акцент в проведенном исследовании поставлен на сравнение предпринимателей с такой группой, как электронные фрилансеры, поскольку обе формы занятости противоположны постоянной работе в штате организации. С одной стороны, мы предполагаем, что индивиды, добившиеся определенного успеха в области фриланса, в качестве следующего карьерного шага будут рассматривать расширение бизнеса и открытие своего дела. В этом случае свободная занятость может трактоваться исследователями как «кузница предпринимательских кадров» либо промежуточная форма трудовой биографии. С другой стороны, вполне вероятно, что фриланс является особой сознательно выбираемой трудовой стратегией, представляющей альтернативу предпринимательской деятельности: работник независим, полагается лишь на собственные силы и самостоятельно принимает решения, в отличие от предпринимателя, который должен заниматься не только самоорганизацией, но и организацией труда своих подчиненных.

На наш взгляд, ни одна из этих стратегий сегодня не является доминирующей. Среди начинающих фрилансеров одинаково много как тех людей,

кто хотел бы и в будущем оставаться «свободным художником», так и тех, кто планирует через некоторое время открыть и развивать свой бизнес. При этом, несмотря на то, что предприниматели и фрилансеры имеют достаточно много общих черт, отличающих их от наемных работников, между ними существует и ряд серьезных различий, связанных, прежде всего, с налаживанием ими своего трудового процесса, коммуникативными способностями и готовностью работать в команде.

Методология исследования

Таким образом, объект нашего исследования достаточно широк. Он охватывает российских малых предпринимателей, занятых в области инновационных, высокотехнологичных услуг; протопредпринимателей², планирующих открыть свой бизнес в течение ближайших пяти лет; а также фрилансеров — независимых профессионалов, самостоятельно занимающихся поиском и выполнением заказов.

Основные сферы деятельности этих работников:

- программирование;
- дизайн и графика (создание и обработка двух- и трехмерных изображений, персонажей, шрифтов, логотипов, фирменного стиля и т. п.);
- фотография (различные виды фотосъемки и обработка изображений);
- аудио и видео (съемка, монтаж, озвучивание);
- написание рекламных и информационных текстов, копирайт;
- художественный и технический перевод;
- реклама, маркетинг, бизнес-консультирование и другие деловые услуги;
- инжиниринг (технически и производственно ориентированные услуги архитекторов, проектировщиков, промышленных дизайнеров);
- разработка, тестирование, поддержка и продвижение веб-сайтов.

Цель исследования состоит в определении инновационного потенциала, а также особенностей и характерных черт российских малых предпринимателей, занятых в перечисленных ключевых сферах новой информационной экономики. Эмпирические данные были получены в ходе онлайн-опроса. Анкета в формате веб-документа была размещена на сайте Free-lance.ru 15–28 декабря 2008 г. Поскольку объектом исследования является группа, представители которой в силу специфики своей занятости активно пользуются Интернетом, именно онлайн-опрос представляется в нашем случае наиболее адекватным методом, отвечающим целям исследования.

Общее количество валидных респондентов составило 12 558 человек (включая настоящих, бывших и будущих фрилансеров). Это позволило существенно снизить величину случайной ошибки измерения. Кроме того, мы получили возможность внутри всей выборочной совокупности исследовать малые подгруппы, численность которых составля-

² Протопредприниматели — люди, не являющиеся предпринимателями на текущий момент, но выражающие намерение в ближайшем будущем открыть собственное дело.

ет лишь несколько процентов. В опросе приняли участие русскоязычные фрилансеры из 30 стран и 80 регионов России, что позволило осуществлять межнациональные и межрегиональные сравнения³.

В собранный нами массив попали 835 реальных предпринимателей (имеют собственный бизнес и используют труд наемных работников), 3030 потенциальных бизнесменов (заявивших о том, что они через пять лет планируют открыть собственный бизнес) и 694 убежденных фрилансера (в будущем видят себя только в качестве свободных работников). Еще 4370 человек в дальнейшем планируют совмещать фриланс с другой оплачиваемой занятостью и, в частности, с работой в штате. Многие из них уже сейчас используют именно такой комбинированный способ организации трудовой деятельности.

Далее мы рассмотрим основные различия между людьми, выбирающими каждую из этих четырех «инновационных» и нестандартных трудовых стратегий. Для краткости в дальнейшем будем называть их «предпринимателями», «протопредпринимателями», «убежденными фрилансерами» и «фрилансерами-совместителями».

Социально-демографические особенности инновационных работников

Прежде всего, проанализируем специфику социально-демографической структуры малых предпринимателей. Различий между группами здесь не так много: на выбор трудовой стратегии не влияют ни место жительства респондента, ни его семейное положение, ни состав семьи. Тем не менее ряд факторов играет достаточно важную роль. Так, к открытию собственного дела тяготеют в большей степени мужчины: их 79% среди нынешних предпринимателей и 72% среди протопредпринимателей. В остальных двух группах доля мужчин заметно меньше: 61–63%.

Несмотря на то, что вся изучаемая группа в целом является очень молодой (средний возраст опрошенных составляет 26.6 лет), возрастные различия между рассматриваемыми категориями проявляются весьма ярко. Люди, которые в будущем видят себя только в качестве фрилансеров, в среднем заметно старше остальных (30.2 года). Более трети из них (35%) уже перешагнули 30-летний рубеж, в то время как по выборке в целом таких лишь 21%. Они же обладают наибольшим профессиональным опытом: их трудовой стаж составляет в среднем 9.6 лет, что в полтора раза больше, чем среди всех опрошенных (6.4 года).

Предприниматели — более молодая группа. Средний возраст здесь 27.7 лет, трудовой стаж — 7.7 лет. Самыми молодыми и неопытными являются протопредприниматели: большинство из них еще продолжают обучение в вузе либо недавно окончили его. Эта категория отличается максимальной долей работников с неоконченным высшим образованием — 29%. Большинство из них недавно начали свою трудовую деятельность (средний стаж — 5.7 лет), но уже планируют в будущем открыть собственное дело. Возможно, причиной этого служит юношеский максимализм, и через несколько лет их

взгляды изменятся, но пока организация собственного бизнеса представляется им обязательным шагом в трудовой биографии.

В целом подавляющее большинство респондентов либо уже имеют высшее образование (54%), либо находятся в процессе его получения (26%). Соответственно, все рассматриваемые группы высокообразованные и по этому признаку не сильно различаются между собой. Помимо

обозначенной выше специфики протопредпринимателей, можно отметить еще и то, что заметную роль на пути к предпринимательству играет дополнительное образование. Среди тех, кто уже имеет собственный бизнес, 12% получили второе высшее образование, степень MBA или ученую степень. В других группах эта доля не превышает 7–9%.

Большое влияние на выбор трудовой стратегии оказывает и профиль полученного высшего образования. Чаще всего становятся предпринимателями либо проявляют к этому интерес граждане, имеющие диплом в сфере информационных технологий, или получившие техническую либо экономическую специальность. Напротив, наивысшую готовность работать исключительно фрилансером демонстрируют гуманитарии и люди творческих профессий. Полученные результаты кажутся весьма логичными, поскольку именно от людей с аналитическим складом ума, а также от индивидов, изучавших основы экономики, менеджмента и маркетинга, можно в первую очередь ожидать успехов в организации и поддержании собственного бизнеса.

Как следствие, заметно отличаются и те сферы, в которых заняты изучаемые нами «инновационные» работники, поскольку область деятельности человека, как правило, непосредственно определяется полученным им образованием. Так, почти половина нынешних предпринимателей (46%) занимается разработкой и поддержкой веб-сайтов. А среди убежденных фрилансеров таких в два раза меньше — 27%. Действительно, данный процесс ча-

Фриланс является особой сознательно выбираемой трудовой стратегией, представляющей альтернативу предпринимательской деятельности: работник независим, полагается лишь на собственные силы и самостоятельно принимает решения, в отличие от предпринимателя, который должен заниматься не только самоорганизацией, но и организацией труда своих подчиненных

³ Данные собраны в ходе реализации проекта Научного фонда ГУ–ВШЭ № 08–04–0031 «Самозанятость в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда» (конкурс «Учитель и ученик» (2007–2009 гг.)). Помимо автора статьи в исследовании принимали участие А.В. Шевчук и студенты ГУ–ВШЭ В. Вязникова, А. Привалова, К. Никиткина, С. Лагун. Подробнее о процедуре сбора данных и структуре массива см.: [Шевчук и Шевчук, 2009].

сто требует разделения труда, и поэтому при реализации больших проектов не может быть полностью осуществлен одним человеком. Заказчику выгоднее привлечь к работе небольшую фирму, которая в состоянии не только создать сайт, но и наполнить его контентом, оптимизировать и т. д.

Люди, занимающиеся написанием текстов, копирайтингом, переводами, напротив, являются ярко выраженными индивидуалами. Они не стремятся к расширению своего бизнеса, предпочитая независимо существовать на рынке. Поэтому здесь соотношение обратное: среди «чистых» фрилансеров таких 26%, а среди предпринимателей — только 13%. Промежуточное положение занимают дизайнеры: они в равной степени присутствуют среди всех четырех рассматриваемых групп с разными трудовыми стратегиями, занимая существенную долю в каждой из них: от 42% до 46%.

Ценности и установки

Анализ трудовых ценностей показывает, что установки двух групп, которые имеют собственный бизнес либо планируют его открыть, очень близки между собой, но значительно отличаются от взглядов убежденных фрилансеров и фрилансеров-совместителей (табл. 1).

Однако существует несколько ключевых ценностей, одинаково важных для всех групп. Везде первое место занимает такая характеристика, как «интересная работа» (79–84%). Она сумела отодвинуть на второе место даже фактор «хорошей оплаты» (76–83%), который обладает первостепенной значимостью в современном мире независимо от того, идет ли речь о России или о других странах⁴. Тем не менее, «предпринимательский дух» проявляется в том, что люди стремятся найти такую работу, на которой они «смогут чего-то достичь», для них очень важно иметь «возможность проявлять инициативу».

Мнение окружающих им также небезразлично, поэтому они в большей степени, нежели остальные, считают идеальной ту работу, которая вызывает уважение и является ответственной. Таким образом, ключевыми для предпринимателей, как и можно было ожидать, являются ценности *достижения*. Фрилансеры, в свою очередь, обращают меньше внимания на перечисленные характеристики. Их интересует свобода, выражающаяся в удобном графике, их не пугает отсутствие больших карьерных перспектив. Это отражается в более частом выборе ими такого параметра, как «соответствие работы способностям»: предпочтение той деятельности, в которой человек является профессионалом, не претендуя на что-то большее.

Последняя из рассматриваемых нами групп — фрилансеры-совместители — чаще других в качестве значимой характеристики идеальной трудовой деятельности называет ее надежность. У всех остальных этот параметр занимает одно из последних мест в иерархии трудовых ценностей. Сравнение тех характеристик, которые респонденты ценят в свободной форме занятости, позволяет детально проанализировать те «идеологические барьеры», которые разделяют предпринимателей и фрилансеров. Последние в своих оценках намного чаще обращают внимание на то, что фриланс дает им возможность зарабатывать, не выходя из дома (75% против 56%); не нужно подчиняться корпоративным правилам (50% против 38%); отсутствует постоянный контроль (48% против 35%); есть возможность трудиться без коллектива (36% против 19%).

Работа в домашних условиях позволяет фрилансерам не заботиться о соблюдении корпоративного стиля одежды (52% против 37%); дает возможность заниматься своей деятельностью в одиночестве (39% против 26%) и переключаться по мере необходимости на другие дела (75% против 64%).

Табл. 1. Трудовые ценности «инновационных» работников (в % от числа ответивших в соответствующей категории)

Ранг		Предприниматели	Прото-предприниматели	Убежденные фрилансеры	Фрилансеры-совместители
1	Интересная работа	79	84	80	81
2	Хорошая оплата	77	83	76	80
4	Работа, на которой Вы чувствуете, что можете чего-то достичь	61	66	52	58
3	Удобный график работы	57	61	67	59
5	Возможность проявлять инициативу	56	50	40	41
7	Соответствие работы способностям	31	31	39	33
8	Работа, вызывающая уважение у людей	27	24	18	22
6	Надежное место работы	26	30	19	40
9	Ответственная работа	21	17	12	13
10	Не слишком напряженная работа	11	13	15	14
11	Большой отпуск	9	8	10	8

⁴ Подробный сравнительный анализ трудовых ценностей фрилансеров с ценностями россиян и жителей западных стран см. в работе [Стребков, Шевчук, 2009, с. 42-48].

Все это, безусловно, говорит о том, что по своей природе убежденные фрилансеры — одиночки. Отсутствие коллектива является для них благом, они привыкли полагаться только на себя и собственные силы. Соответственно, занимаясь трудовой деятельностью, они не только стремятся к независимости, но и не желают, чтобы кто-то зависел от них.

Предпринимателям же, как нынешним, так и потенциальным, чужды подобные индивидуалистические настроения. Для них наличие коллектива является приемлемым и даже желанным. Так, среди протопредпринимателей чрезвычайно высока доля тех, кто в качестве существенного недостатка занятости на дому отмечает отсутствие возможности общения с людьми (38% против 29% среди убежденных фрилансеров), а в числе недостатков фриланса — отсутствие возможности общаться с коллегами (33% против 22%). Вероятно, именно эти обстоятельства играют не последнюю роль среди причин, которые толкают их на переход от свободной занятости к предпринимательской деятельности.

Организация труда

Итак, мы убедились, что с точки зрения трудовых ценностей между предпринимателями и убежденными фрилансерами существуют серьезные различия. Однако если рассматривать организацию трудового процесса, то выясняется, что у этих двух групп, напротив, очень много общего — того, что их отличает от протопредпринимателей и совместителей. Среди таких признаков можно назвать следующие:

- применение максимально широкого спектра возможностей для поиска новых проектов, включая как социальные (постоянные заказчики, рекомендации знакомых), так и рыночные способы, например, биржи удаленной работы или собственный сайт;
- активное использование возможностей Интернета в своей трудовой деятельности, в частности для поиска новых проектов и коммуникации с заказчиком;
- достаточно частое получение оплаты безналичным способом — как с помощью электронных платежных систем (62–63%), так и с помощью банковских переводов (48–57%);
- наличие у себя дома хорошо организованного и оснащенного всем необходимым рабочего места, находящегося в отдельном помещении (кабинете). Хотя значительная часть людей, имеющих собственный бизнес (22%), трудится в офисе;
- более высокая организованность, лучшее планирование и регулярность работы в отличие от тех, кто работает тогда, когда появляется настроение или свободное время (40–43% против 29–32%);
- наличие более плотного трудового графика, нежели у остальных. Так, 45% предпринимателей и 39% фрилансеров заявили, что заняты семь дней в неделю (в других группах таких 29–33%). В то же время у владельцев собственного бизнеса трудовая деятельность отнимает намного больше времени: в среднем 62 часа в неделю против 52 часов у «свободных художников».

В конечном счете, результаты опроса показывают, что и предприниматели, и убежденные фрилан-

серы демонстрируют наибольшую удовлетворенность своей деятельностью: 42% из них оценивают ее на 8 баллов и выше (по 10-балльной шкале). В двух других группах таких «счастливчиков» намного меньше: 28% среди протопредпринимателей и 23% среди фрилансеров-совместителей.

Финансовое поведение

Наблюдая за тем, как предприниматели и фрилансеры относятся к управлению своими финансами, мы снова обнаруживаем между ними существенные различия.

Прежде всего, результаты исследования показывают, что функционирование рынка удаленных услуг осуществляется преимущественно в неформальной плоскости и строится в первую очередь на межличностном доверии между контрагентами — заказчиками и исполнителями. Лишь небольшая часть сделок оформляется заключением официального письменного договора. Предприниматели делают это вдвое чаще, нежели фрилансеры: 25% против 13%. В большинстве же своем и те, и другие стараются избегать юридических процедур, предпочитая фиксировать все существенные вопросы (техническое задание, требования, уровень оплаты) в ходе переписки по электронной почте (46–48%).

Высокая трудовая активность предпринимателей и их способность выполнять больше проектов и работать с большим числом заказчиков, нежели остальные, положительно отражается на их уровне дохода: две трети из них зарабатывают более 25 тыс. руб. в месяц, а каждый десятый — более 100 тыс. руб. Большинство из них (55%) приносят основную часть заработка в свои семьи. Остальные группы такими хорошими результатами похвастаться не могут: удельный вес лиц с совокупным доходом от 25 тыс. руб. составляет от 39% (фрилансеры-совместители) до 50% (протопредприниматели), а доля самых обеспеченных находится на уровне 2–3%.

Все категории «инновационных работников» испытывают существенные колебания денежных поступлений от месяца к месяцу, но для предпринимателей эта проблема наиболее актуальна: 74% из них заявляют, что их месячные доходы могут различаться в полтора раза и более. Среди убежденных фрилансеров их также немало — 69%. Между тем эти две группы демонстрируют совершенно противоположные стратегии поведения касательно финансового учета и планирования. Предприниматели чаще других ведут внутреннюю бухгалтерию, что вполне очевидно, поскольку это является частью их бизнеса; они вынуждены регулярно отчитываться перед налоговой инспекцией и вести контроль денежных потоков своего предприятия. «Чистые» фрилансеры, наоборот, менее остальных беспокоятся о завтрашнем дне: 43% не ведут никакого учета и 35% не планируют свои доходы и расходы (для сравнения: среди предпринимателей таких людей 26% и 23%, соответственно). Примечательно, что учет финансовых операций наименее склонны вести люди, доходы которых от месяца

к месяцу подвергаются существенным колебаниям и могут отличаться в несколько раз. Вероятно, даже в этом у фрилансеров проявляется потребность в свободе и нежелание ставить свою жизнь в зависимость от каких-либо цифр, планов и ограничений. В данном случае различия между предпринимателями и фрилансерами настолько существенны, что их, по-видимому, можно рассматривать в качестве одного из ключевых параметров, объясняющих разницу в психологии тех и других.

Заключение

Итак, основная гипотеза нашего исследования во многом нашла свое подтверждение. Люди, практикующие свободную занятость, имеют несколько различных «трудо-вых траекторий». Среди фрилансеров есть как те, кто уже организовал свой собственный бизнес (9%) или планирует это сделать в будущем (34%), так и те, кто хотел бы остаться в подобном качестве и в дальнейшем (57%). В том числе 8% от общего числа опрошенных не планируют совмещать фриланс ни с каким другим видом занятости («убежденные фрилансеры»).

Исследование выявило, с одной стороны, уникальные черты, которые отличают предпринимателей и фрилансеров от наемных работников и формируют в них дух свободы и независимости, с другой — наблюдаемые различия между группами позволяют обнаружить те качества, которые способствуют не просто автономии, но и организации собственного дела.

Характерными чертами работников, находящихся в авангарде новой экономики, являются стремление к свободе и независимости, предпочтение работать на себя и высокая заинтересованность в результатах своего труда, получение удовольствия и удовлетворения от работы. Они молоды и высокообразованны, хорошо оснащены технически, активно используют Интернет и разнообразные ИТ-технологии.

Предприниматели отличаются от фрилансеров тем, что они проявляют большую готовность и желание сотрудничать с другими людьми и имеют потребность в социальном признании. Кроме того, они более коммуникабельны, им легче удается решать конфликтные ситуации. Бизнесмены более ответственно подходят к вопросам оформления договоров, уделяют внимание финансовому учету и планированию доходов и расходов. Наконец, их можно считать трудоголиками, поскольку в большинстве своем они работают больше и упорнее, нежели фрилансеры или наемные работники в тех же самых сферах деятельности.

Полученные результаты позволяют понять, каким образом происходит формирование предпринимательского потенциала среди профессионалов, занятых в сфере инновационных, высокотехнологичных услуг, и какие именно деловые и личностные качества будут особенно востребованы в условиях информационного общества и новой экономики. Выявлены черты и ценности, которые необходимо формировать у детей начиная со школьного возраста.

Тем, кто планирует предпринимательскую деятельность, исследование открывает возможности для фрилансов на начальном этапе. Они могут наработать широкие социальные связи и сформировать профессиональную репутацию. Так наращивается социальный и символический капитал, который может конвертироваться в экономический. Российские компании, привлекающие в качестве партнеров и подрядчиков фрилансеров и малых предпринимателей, работающих в сфере интеллектуальных услуг, могут получить представление об их мотивации, личностных и деловых качествах, преимуществах и дополнительных возможностях сотрудничества, а также о возможных трудностях и ограничениях.

Индивиды, добившиеся успеха в области фриланса, в качестве следующего карьерного шага рассматривают расширение бизнеса и открытие своего дела. В этом случае свободная занятость может трактоваться как «кузница предпринимательских кадров» либо промежуточная форма трудовой биографии

Дракер П. (1999) Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia. С. 70–100.

Курицкий А.Б. (2000) Интернет-экономика: закономерности формирования и функционирования. СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета.

Малоун Т.У. (2006) Труд в новом столетии. Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь. М.: Олимп-Бизнес.

Пинк Д. (2006) Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь Америки. М.: Секрет фирмы.

Стребков Д.О., Шевчук А.В. (2009) Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров). Препринт WP4/2009/03. М.: ГУ–ВШЭ.

Танскотт Д. (1999) Электронно-цифровое общество. Пер. с англ. Киев: INT-press. М.: Рефл бук.

Чепуренко А.Ю. (2008) Раннее предпринимательство в России: промежуточные результаты GEM // Мир России. № 2. С.22–40.

Эдвинссон Л., Малоун М. (1999) Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia. С. 429–447.

Blackburn R., Kovalainen A. (2008) Researching small firms and entrepreneurship: Past, present and future // International Journal of Management Reviews. P. 1–21.

Malone T.W., Laubacher J. (1998) The dawn of the e-lance economy // Harvard Business Review. V. 76. №. 5. P. 144–153.