

Продвижение услуг фрилансеров в цифровой среде

УДК 331.1

DOI 10.26425/2658-347X-2024-7-1-41-47

Получено 25.12.2023

Доработано после рецензирования 26.01.2024

Принято 01.02.2024

Ахмаева Людмила Геннадьевна

Канд. экон. наук, доц. каф. рекламы и связей с общественностью

ORCID: 0000-0002-7867-2590

E-mail: Lg_ahmaeva@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье проанализировано понятие фриланса (временная, проектная занятость) в рамках новых подходов к занятости и изменения восприятия обществом и бизнесом удаленной и гибридной форм занятости сотрудников после пандемии COVID-19. Рассмотрены такие сегменты рынка труда, где наиболее часто встречается фриланс: копирайтинг, деятельность юристов, разработка программного обеспечения, проектирование зданий и сооружений, создание графического, аудио- и видеоконтента, консалтинг, предоставление экспертных услуг, репетиторство. Подробно рассмотрен портрет фрилансера по таким характеристикам, как регион проживания, половая принадлежность, средний возраст, доля «чистых» фрилансеров и доля совместителей, опыт взаимодействия с фриланс-платформами,

налоговый статус, одиночки и командные игроки, причины выбора фриланса как формы занятости, наиболее ценная составляющая фриланса, недостатки фриланса как формы занятости и мотивация фрилансеров. Изучены основные методы продвижения услуг фрилансера в цифровой среде: сайт-портфолио, активное ведение профессионального профиля в социальных сетях и его реклама, регистрация на сайтах-агрегаторах, фриланс- и human-cloud платформах. Выделен главный элемент сайта-портфолио, которым являются выполненные фрилансером работы (тексты, фотографии, графика и подобные материалы), а также ключевые факторы, которые необходимо учесть фрилансеру при создании и поддержании сайта-портфолио, и самые распространенные ошибки.

Ключевые слова

Фриланс, фрилансер, онлайн-среда, цифровая среда, продвижение в онлайн-среде, продвижение в цифровой среде, альтернативные формы занятости, сайт-портфолио

Для цитирования

Ахмаева Л.Г. Продвижение услуг фрилансеров в цифровой среде // Цифровая социология. 2024. Т. 7. № 1. С. 41–47.

© Ахмаева Л.Г., 2024.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Promotion of freelance services in the digital environment

Received 25.12.2023

Revised 26.01.2024

Accepted 01.02.2024

Liudmila G. Akhmaeva

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Advertising and Public Relations Department

ORCID: 0000-0002-7867-2590

E-mail: Lg_ahmaeva@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article analyses the concept of freelance (temporary, project employment) within the framework of new approaches to employment and changes in the perception of remote and hybrid forms of employment by society and business after the COVID-19 pandemic. The following segments of the labour market where freelancing is the most common element are considered: copywriting, law, software development, design of buildings and structures, creation of graphic, audio and video content, consulting, provision of expertise, tutoring. The portrait of a freelancer is studied in detail according to such characteristics as the region of residence, sex, average age, the share of "real" freelancers and the share of part-timers, experience of interaction with freelance platforms, tax status,

single and team players, the reasons for choosing freelancing as a form of employment, the most valuable component of freelancing, the disadvantages of freelancing as a form of employment and motivation of freelancers. The main methods of promoting freelance services in the digital environment are identified: a portfolio site, active maintenance of a professional profile in social networks and its advertising, registration on aggregator sites, freelance and human-cloud platforms. The main element of the portfolio site is highlighted – the works performed by a freelancer (texts, photographs, graphics and similar materials) – along with the key factors that a freelancer needs to consider when creating and maintaining a portfolio site and the most common mistakes.

Keywords

Freelance, freelancer, online environment, digital environment, online promotion, digital promotion, alternative employment forms, portfolio site

For citation

Akhmaeva L.G. (2024) Promotion of freelance services in the digital environment. *Digital sociology*. Vol. 7, no 1, pp. 41–47. DOI: 10.26425/2658-347X-2024-7-1-41-47



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Понятие «фрилансер» впервые применил шотландский прозаик, поэт и историк В. Скотт в романе «Айвенго». Этим термином он описал свободного средневекового наемного воина. Дословно с английского языка термин «фрилансер» (англ. *freelancer*) переводится как «свободный работник». Как правило, фрилансер самостоятельно занимается продвижением своих услуг и привлечением заказчиков, пользуясь такими каналами продвижения в цифровой среде, как социальные сети, тематические Telegram-каналы, персональный сайт-визитка и подобными. Также по-прежнему иногда применяются классические способы продвижения: объявления в газету или поиск заказов через друзей, родственников, знакомых – «сарафанное радио».

Временная, проектная занятость, она же фриланс, чаще встречается в таких сегментах рынка труда, как копирайтинг (работа с текстом, разработка текстовых материалов), деятельность юристов, разработка программного обеспечения, проектирование зданий и сооружений, создание графического, аудио- и видеоконтента. Также к популярным сегментам можно отнести консалтинг, предоставление экспертных услуг, репетиторство. В качестве частного случая фриланса в сегменте «синих воротничков» можно привести строительную отрасль и сезонных работников, нанимаемых на определенный отрезок времени вместо штатных позиций¹.

Одним из ключевых преимуществ фриланса и проектной занятости в целом является способность компенсировать локальные неравенности и искажения трудового ландшафта, выражающиеся в сложности с поиском работы с определенным уровнем соотношения занятости и оплаты труда в конкретных регионах, часто отдаленных от крупных городов и мегаполисов. Новые подходы к занятости позволяют справиться с эйджизмом (дискриминация нанимаемых сотрудников на основе их возраста), сексизмом (дискриминация сотрудников конкретного пола), а также стрессом, связанным с транспортными факторами, когда сотруднику приходится долго добираться до места работы и обратно. Особенно острым этот процесс стал во время и после пандемии COVID-19, которая показала, что практически любая рабочая задача может быть эффективно решена в дистанционном формате.

¹ Карта слов и выражений русского языка. Значение слова «фрилансер». Режим доступа: <https://kartaslov.ru/значение-слова/фрилансер> (дата обращения: 20.12.2023).

Перечисленные в этом разделе преимущества проектной работы для специалистов-фрилансеров в полной мере реализуются только при наличии достаточного для постоянной активной деятельности потока проектов, в которых может поучаствовать фрилансер. До того момента, как human-cloud платформы полностью возьмут на себя задачу организации такого потока, что можно ожидать на горизонте 5–10 лет, проектным специалистам понадобится продвигать собственные услуги в цифровой среде. Чтобы решать эту задачу наиболее эффективным образом, необходимо сформулировать четкое представление о наиболее значимых для проектных специалистов факторов, влияющих на релевантность для них существующих проектов. Формулирование представления произведено при помощи исследования П. Каппелли и Дж.Р. Келлера [Cappelli, Keller, 2012].

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ / THEORY AND METHODS

Методологической основой данной статьи являются такие общенаучные теоретические методы исследования, как критический анализ научной литературы, вторичной и первичной эмпирической информации, необходимой для достижения поставленной цели, а также, так как тема считается новой и на данном этапе недостаточно разработана и раскрыта в научной литературе, интернет-источников, информации сайтов-агрегаторов и human-cloud платформ, продвигающих в цифровой среде услуги фрилансеров, и вторичных данных ранее проведенных масштабных опросов и исследований.

В январе 2020 г. Московская школа управления «Сколково» и платформа «Профессионалы 4.0» (далее – «П4.0») публичного акционерного общества «Газпром нефть» (далее – «Газпром нефть») провели масштабный совместный исследовательский проект. Объектом исследования явились пользователи, зарегистрированные на платформе «П4.0». Предметом исследования выступили социально-демографические, профессиональные, мотивационные характеристики пользователей, зарегистрированных на «П4.0» в качестве потенциальных исполнителей заказов.

Исследование было проведено по методологии количественного опроса по стандартизированной анкете методом самозаполнения (онлайн-опрос). Генеральная совокупность – около 30 тыс. пользователей, зарегистрированных на платформе «П4.0».

Согласно исследованию Московской школы управления «Сколково» и платформы «П4.0»

«Газпром нефти», портрет высококвалифицированного фрилансера выглядит так: это, как правило, взрослый человек, чей средний возраст около 37 лет. Его профессиональный трудовой стаж составляет приблизительно 15 лет. В большинстве случаев такие специалисты проживают в крупных городах и мегаполисах, включая Москву и Санкт-Петербург. Также большая часть из участников опроса имеет постоянную занятость и участвует в проектной деятельности для получения дополнительного заработка².

Респонденты отметили следующие преимущества фриланса: гибкий график, возможность самостоятельно планировать день (58,5 %), свобода выбора рабочих проектов (39,6 %) и места – дом, коворкинг, кафе, любой город, любая страна (38,0 %), более высокий уровень доходов в сравнении с заработком штатного сотрудника (25,2 %), возможность выбирать команду (21,3 %), возможность совмещать с основным местом работы в штате (20,9 %)³.

Подробнее систематизируем профиль фрилансера-«белого воротничка» по таким характеристикам, как регион проживания, пол, средний возраст, доля «чистых» фрилансеров и доля совместителей, опыт взаимодействия с фриланс-платформами, налоговый статус, работа в команде или в одиночку, причины выбора фриланса как формы занятости, наиболее ценная составляющая фриланса, недостатки фриланса как формы занятости, мотивация фрилансеров.

1. Регионы проживания. Половина опрошенных проживает в крупнейших городах России, Москве и Санкт-Петербурге. На долю столицы приходится 29 %, Санкт-Петербург добавляет еще 21 %. Спектр мест проживания оставшейся половины респондентов крайне разнообразен. Около 7 % не имеет постоянного места жительства и часто переезжает. Еще примерно 20 % проживает в крупных городах, а оставшиеся 23 % приходятся на небольшие города и сельские поселения. Кстати, в последнее время среди проектных сотрудников прослеживается четкий тренд на переезд за город или в небольшие населенные пункты: жить там проще и дешевле, а относительно высокий доход компенсирует неудобства [Shevchuk, Strebkov, 2021].

2. Половая принадлежность. В России в этой области заметно практически полное равенство между мужчинами и женщинами с легким перевесом в сторону женского пола в 1 %.

Однако глобально в области прослеживается довольно серьезное смещение баланса в сторону мужчин, где доля проектных специалистов составляет около 63 %.

3. Возраст. Как уже упоминалось чуть выше, возраст среднего специалиста-фрилансера – примерно 37 лет. Это позволяет сделать вывод о том, что современные сотрудники проектной и платформенной занятости являются более квалифицированными и опытными, чем основной контингент российских фрилансеров, где основная возрастная группа 18–34 года занимает доминирующее положение⁴.

4. Доля «чистых» фрилансеров и совместителей. Доля сотрудников, занятых исключительно в качестве фрилансеров и работающих только в этом режиме, достигает 35 %. Большую же часть исполнителей, как правило, составляют совместители: 41 % имеют постоянную занятость, 15 % – частичную, 8 % только начали работать в сфере фриланса и ждут свой первый заказ. Согласно результатам опроса Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», доля «чистых» фрилансеров насчитывает 52 % [Shevchuk, Strebkov, 2021].

5. Опыт взаимодействия с фриланс-платформами. По некоторым оценкам, в мире сегодня более 800 платформ. Однако их проникновение все еще не является массовым, в том числе и в России. Опрошенные примерно поровну разделились на тех, у кого есть опыт выполнения проектов на фриланс-платформах за последние два года (47 %), и тех, у кого такого опыта нет (53 %). Таким образом, более половины фрилансеров, даже имея регистрацию на той или иной платформе, находят клиентов самостоятельно за пределами этих платформ.

6. Налоговый статус. Несмотря на упрощение процедуры получения статуса индивидуального предпринимателя (далее – ИП) или самозанятого, фрилансеры чаще всего работают как физические лица по договору гражданско-правового характера на оказание услуг. Здесь стоит отметить, что наиболее квалифицированные специалисты чаще всего получают статус самозанятого и в дальнейшем становятся ИП, когда сумма годовых выплат начинает превышать законодательно установленный лимит.

7. Работа в команде или в одиночку. С точки зрения предпочтений опрошенных, доли чистых одиночек и командных игроков невелики

² Профессионалы 4.0. Что такое Профессионалы 4.0? Режим доступа: <https://professionals4-0.ru> (дата обращения: 20.12.2023).

³ SKOLKOVO. Moscow School of Management. Официальный сайт. Режим доступа: <https://www.skolkovo.ru> (дата обращения: 21.12.2023).

⁴ Younger J. The global survey on freelancing: overall results. Режим доступа: <https://utsc.utoronto.ca/globalfreelancing/wp-content/uploads/2021/10/Global-Survey-on-Freelancing-final-report-9.20.pdf> (дата обращения: 23.12.2023).

и составляют примерно по 13 %. Еще 7 % затруднились с ответом. Подавляющее большинство высказалось в поддержку обоих вариантов в зависимости от ситуации.

8. Причины выбора фриланса как формы занятости. Исследования первой половины 2021 г. QIWI, платформы Freelance.ru и Национальной Гильдии Фрилансеров подтверждают, что большинство участников проектной занятости (фрилансеров) отдает предпочтение этому способу деятельности как основному, так как не хочет работать по найму в одной организации. В России эта величина равняется примерно 41 %. Еще 33 % видят в проектной занятости (фрилансе) способ дополнительного заработка и обеспечения желаемого уровня жизни, а для 14 % работа по гибкому графику обусловлена семейной необходимостью. Как правило, это люди, воспитывающие детей или ухаживающие за родственниками⁵.

9. Ценность проектной занятости для фрилансера. Здесь мнения разделяются в явной зависимости от места жительства участников. Москвичи особое значение придают возможности выбрать место и время выполнения работы⁶. Для жителей Санкт-Петербурга большую роль играет уровень интересности проекта, возможность ранжировать задачи в зависимости от уровня проявляемого внимания к ним. Естественно, очень важен финансовый фактор, когда за выполнение задачи специалист получает достойное вознаграждение и повышает свой уровень доходов, особенно в сравнении с традиционной занятостью⁷.

10. Недостатки проектной занятости для фрилансера. Ожидаемо основным недостатком, в соответствии с исследованиями, является постоянный поиск новых заказов. На первом месте также располагается нерегулярность выплат. Также фрилансеров волнует риск обмана со стороны заказчика, частое отсутствие привычных по традиционной занятости социальных гарантий и малое количество свободной коммуникации с коллегами.

11. Мотивирующие факторы для проектных специалистов. Основным мотивирующим фактором, вполне очевидно, выступает уровень дохода. Также к ключевым факторам мотивации относится самореализация, возможность выполнять интересные задачи по своему выбору, гибкий график и развитие собственных профессиональных компетенций.

⁵ Jepps C., Yordanova I. The cost of COVID: how the pandemic is affecting the self-employed. Режим доступа: <https://www.ipse.co.uk/policy/research/the-cost-of-covid.html> (дата обращения: 24.12.2023).

⁶ Профессионалы 4.0. Что такое Профессионалы 4.0? Режим доступа: <https://professionals4-0.ru> (дата обращения: 20.12.2023).

⁷ SKOLKOVO. Moscow School of Management. Официальный сайт. Режим доступа: <https://www.skolkovo.ru> (дата обращения: 21.12.2023).

12. Мотивация фрилансеров. Вопрос «Что для вас самое важное в работе?» позволяет выявить главные составляющие мотивации фрилансеров. Денежная мотивация является ведущей для большинства опрошенных (70 % выбрали вариант «Высокий доход»). Также в топ-5 ведущих приоритетов в работе входит возможность самореализации (51 %), интересная работа с интересными задачами (51 %), подходящий график (49 %) и возможность профессионального развития (47 %).

РЕЗУЛЬТАТЫ / RESULTS

Результаты исследования указывают на прямую зависимость между ключевыми параметрами профиля высокопрофессионального фрилансера, степенью его удовлетворенности моделью проектной занятости и качеством получаемых заказов. Чтобы получать наиболее интересные и высокооплачиваемые заказы, полностью соответствующие профессиональному уровню проектного специалиста, ему потребуется приложить усилия для совершенствования собственного публичного профиля и продвижения услуг в цифровой среде.

Сложившиеся по состоянию на время проведения исследования цифровые инструменты и каналы продвижения услуг фрилансеров включают в себя сайты-портфолио, социальные сети, сайты-агрегаторы, фриланс-платформы и платформы human-cloud.

Сайты-портфолио позволяют фрилансеру удобным образом презентовать собственные навыки и таланты, демонстрировать уже выполненные проекты. Профили в социальных сетях, как обычных, так и профессиональных, являются эффективным способом повысить заметность личного бренда специалиста, а также привести целевой трафик на сайт.

Дополнительным инструментом формирования личного бренда специалиста и генерации потока заказов выступают профили на сайтах-агрегаторах и фриланс-платформах. Как правило, выбор конкретного агрегатора или платформы зависит от специализации фрилансера: часть ресурсов сфокусирована на создании контента (текст, фото, видео, аудио), другая часть концентрирует вокруг себя ИТ-задачи (ИТ – информационные технологии), например разработка сайтов и приложений, интеграция корпоративных систем, аналитика, финансовое моделирование и т.д. [Гавриков, Давыдов, Федоров, 2022; Каплунов, 2021].

Также необходимо упомянуть продвижение путем инфлюенс-маркетинга, являющегося частью продвижения личного бренда фрилансера. В настоящий момент инфлюенс-маркетинг

занимает ключевое место среди инструментария интерактивного маркетинга [Аржанова, Довжик, Довжик, 2022].

Платформы human-cloud представляют собой результат дальнейшего развития существующих инструментов, таких как агрегаторы и фриланс-биржи. Их ключевое отличие заключается в частичной, а в дальнейшей перспективе и полной, автоматизации процесса подбора специалистов на проект, а также в наличии продвинутого механизма взаиморасчетов. При работе с подобными платформами все договорные и финансовые взаимоотношения происходят у заказчика и у проектного специалиста с платформой, а не напрямую⁸. Это позволяет снять часть рисков, связанных с переквалификацией проектной занятости в постоянную, а также сильно упрощает процесс согласования привлечения фрилансеров в проекты крупных корпораций [Howcroft, Bergvall-Kåreborn, 2019].

На текущий момент наиболее простым и эффективным способом продвижения услуг проектных специалистов в цифровой среде является сайт-портфолио. Фрилансер сам полностью контролирует контент, размещенный на сайте. Для создания личного сайта сегодня не требуется специальных знаний и навыков программирования. В большинстве случаев достаточно воспользоваться конструктором сайтов и выбрать подходящий шаблон. С примерами работ сможет ознакомиться любой потенциальный заказчик, посетивший сайт по ссылке. Эффективно реализованное SEO-продвижение (англ. search engine optimisation – поисковая оптимизация) портфолио даст хороший результат в органической выдаче поисковыми системами по ключевым запросам потенциальных заказчиков. При этом наличие собственного сайта позволяет проектному специалисту обеспечить независимость от агрегаторов и платформ, так как заказчики будут находить специалиста самостоятельно. Фрилансер сможет работать без посредников, не отдавая часть своего дохода в качестве комиссии.

Главным элементом сайта-портфолио являются выполненные работы: тексты, фотографии, графика и подобные материалы, то есть то, на чем фрилансер специализируется как профессионал. Вся эта информация должна быть собрана и оформлена в небольшой сайт с понятной и логичной навигацией. При его разработке и наполнении необходимо учитывать следующие основные факторы.

1. Удобство навигации и использования. Сайт-портфолио должен быть удобным для использования потенциальными заказчиками. С этой целью владельцу нужно обеспечить высокую скорость загрузки сайта. Для этого можно применить оптимизацию изображений для сайта, когда при сохранении качества изображений их разрешение и объем понижаются, чтобы уменьшить объем передаваемых данных. Система навигации на любом коммерческом сайте должна быть максимально прямолинейной и понятной. Рекомендуется провести оценку удобства для пользователя (англ. usability) сайта-портфолио.

2. Привлечение внимания к выполненным работам. Одним из основных правил разработки сайта-портфолио является размещение представленных работ в центре внимания. Необходимо привлекать внимание заказчиков к ключевым работам, выполненным по каждому из направлений экспертизы проектного специалиста. Также рекомендуется снабдить работы системой категорий или тегов для повышения удобства просмотра.

3. Контакты. Для повышения конверсии посещений сайта в реальные заказы необходимо максимально облегчить коммуникацию заказчика со специалистом. Сайт должен обеспечивать легкий доступ ко всем возможным способам коммуникаций, включая номер телефона, адрес электронной почты и профили в социальных сетях. Также рекомендуется снабдить сайт формой обратной связи.

4. Персональные данные фрилансера. Добавление на сайт небольшого количества персональных данных может помочь проектному специалисту выделиться среди конкурентов и повысить узнаваемость своего личного бренда с целью продвижения на рынке оказания профессиональных услуг. Рекомендуется дозировать количество информации, не относящейся напрямую к областям профессиональной экспертизы. В качестве примера можно привести информацию о событиях в жизни специалиста, повлиявших на принятие решения о выборе профессионального направления.

5. Возможность быстро обновить необходимый контент. В процессе выбора системы управления контентом и программной основы для сайта стоит учесть простоту процесса управления контентом. Рекомендуется заранее проверить удобство добавления и редактирования любых элементов, особенно применительно к профессиональной области. Например, видеофайлов, сложных таблиц или текста со специальной разметкой.

6. Рекомендации и отзывы заказчиков. Наличие отзывов и рекомендаций от заказчиков

⁸ Corporaal G., Lehdonvirta V. Platform sourcing. How fortune 500 firms are adopting online freelancing platforms. Режим доступа: <https://www.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/2021/07/platform-sourcing.pdf> (дата обращения: 24.12.2023).

оказывает серьезное положительное влияние на восприятие специалиста потенциальными заказчиками. Важно учитывать в размещенных отзывах не только профессиональные компетенции, но и умение укладываться в установленные сроки и вести эффективную коммуникацию со всеми представителями проектной команды.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В такой важной области, как продвижение профессиональных услуг в цифровой среде, важно не совершать уже выявленных и задокументированных ошибок. Анализ, проведенный в рамках исследования, позволяет суммировать опыт успешных проектных специалистов и на его основе выдвинуть несколько рекомендаций. Прежде всего, необходимо сдерживать креативность при проектировании и разработке сайта

и отдавать предпочтение стандартным решениям. Это позволяет значительно упростить пользовательский путь и повысить конверсию в заказы. Также следует коммуницировать убедительный призыв к действию, то есть к использованию заказчиком услуг конкретного проектного специалиста для решения задач компании. Все полученные контактные данные необходимо сохранять и анализировать с целью дальнейшего применения инструментов ретаргетинга для стимулирования повторных заказов.

Комбинируя перечисленные инструменты и методы, а также удерживаясь от совершения ошибок и придерживаясь рекомендаций, выдвинутых на основе анализа результатов исследования, проектные специалисты смогут эффективно вести продвижение своих профессиональных услуг в цифровой среде и успешно реализовывать собственные таланты в избранной области экспертизы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аржанова К.А., Довжик Г.В., Довжик В.Н. Инфлюенсер-маркетинг: современные тенденции и перспективы. Вестник университета. 2022;9:65–71. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-9-65-71>
- Гавриков А.В., Давыдов В.В., Федоров М.В. Digital-маркетинг. Главная книга интернет-маркетолога. М.: АСТ; 2022. 480 с.
- Каплунов Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2021. 384 с.
- Cappelli P., Keller J.R. Classifying work in the new economy. Academy of Management Review. 2012;4(38):575–596. <http://dx.doi.org/10.5465/amr.2011.0302>
- Howcroft D., Bergvall-Kåreborn B. A typology of crowdwork platforms. Work, Employment and Society. 2019;1(33):21–38.
- Shevchuk A., Strebkov D. Freelance platform work in the Russian Federation: 2009–2019. ILO Working Paper. 2021;38.

REFERENCES

- Arzhanova K.A., Dovzhik G.V., Dovzhik V.N. Influencer marketing: current trends and prospects. Vestnik universiteta. 2022;9:65–71. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-9-65-71>
- Cappelli P., Keller J.R. Classifying work in the new economy. Academy of Management Review. 2012;4(38):575–596. <http://dx.doi.org/10.5465/amr.2011.0302>
- Gavrikov A.V., Davydov V.V., Fyodorov M.V. Digital marketing. The main book of an Internet marketing specialist. Moscow: AST; 2022. 480 p. (In Russian).
- Howcroft D., Bergvall-Kåreborn B. A typology of crowdwork platforms. Work, Employment and Society. 2019;1(33):21–38.
- Kaplunov D. Content, marketing and rock and roll. An inspiring book for conquering customers on the Internet. Moscow: Mann, Ivanov, Ferber; 2021. 384 p. (In Russian).
- Shevchuk A., Strebkov D. Freelance platform work in the Russian Federation: 2009–2019. ILO Working Paper. 2021;38.