

Диалоги о будущем



Кто мы?

Solar Staff — сервис для безопасных сделок с фрилансерами

Solar Staff автоматизирует документооборот и выплаты при работе с проектными исполнителями. Мы делаем так, чтобы любая компания могла работать с любым человеком по всему миру.

Представительство в России, Нидерландах, Кипре, Латвии.



Что это за проект?

Это наш масштабный спецпроект «Диалоги о будущем». Вместе с лидерами индустрий, мы рассказываем, как будут развиваться разные секторы экономики: от edtech до креативного рынка. Помимо нас, вашим спутником в будущее станут компании-лидеры: SETTERS, SkyPro, Perfluence, Яндекс. Дзен, Trinity Monsters, Affect.

Мы уверены, что наш спецпроект поможет и исполнителям, и бизнесу:

- а) Исполнители узнают, какие позиции сейчас наиболее востребованы, какими навыками нужно обладать, чтобы быстрее развиваться**
- б) Бизнес узнает о новых ценностях сотрудников и различных трендах экономики**

Ниже мы собрали ответы участников на отдельные вопросы.

Оглавление

Никита Белоголовцев, Яндекс.Дзен

Как будет развиваться рынок блогеров в ближайшие годы?

5-10

Кирилл Пыжов, Perfluence

Как поменяется отношение к блогерам?

11-17

Михаил Свердлов, Skurgo

Как будут выглядеть учителя и ученики будущего?

18-31

Ксения Жмудь, SETTERS

Какие навыки будут цениться в креативных специалистах
больше всего в ближайшие время?

32-38

Мик Вайсман, Trinity Monsters

Почему программисты будут чаще работать «на себя»?

39-48

Илья Корнеев, Affect

Как изменился образ «рекламщика»?

49-54

Шинкаренко Павел, Solar Staff

Как будут выглядеть фрилансеры будущего?

55-64



Никита

Белоголовцев

Руководитель продюсерского центра
Яндекс. Дзена

1. Как ты думаешь, на сколько вырастут з/п блогеров в ближайшие года три? Что нужно сделать блогерам, чтобы они больше зарабатывали?

Доходы блогеров на всех платформах неравномерно распределены. В этом смысле Дзен справедливее к блогерам, чем другие платформы.

Скорее всего, в среднем доходы блогеров будут уменьшаться. Блогеров становится все больше и больше, конкуренция среди тех, кто зарабатывает на блогинге небольшие деньги, растет. При этом доходы верхнего и средне-верхнего сегмента будут, конечно же, расти. Рынок рекламы у блогеров продолжит расти на десятки процентов.

Что нужно делать блогерам, чтобы они больше зарабатывали?

Во-первых, растить аудиторию и растить качество своей аудитории.

Стремиться к тому, чтобы реклама у блогера стоила дорого, за счет выхода рекламодателя на нужную ему аудиторию.

Во-вторых, повышать экономическую эффективность размещения у себя, повышать лояльность своего ядра. Например, в Дзене есть блогер [Соня Гельд](#) – это не самый крупный в Дзене (с точки зрения подписчиков и аудитории) блогер, но это блогер с фантастической связью со своим ядром, с чувством своей аудитории, это человек, который «распродает запасы» у рекламодателей.

В-третьих, учиться кататься по волнам хайпа – они обычно длятся недолго. Например, модераторы в ClubHouse быстро заработали большие деньги, хоть там и не было гигантской аудитории или эффективности у рекламы.

Наконец, последнее – захватить нишу. Например, Русский маркетинг – властелин ниши в Телеграме, и если рекламодателю нужна ниша маркетологов, он приходит туда.

2. По данным нашего исследования, 97% рынка блогеров работают как физ. лица. Увидим ли мы обилие новых блогеров в ближайшие год/три? Что для этого должно произойти?

Мне кажется, это уже постепенно происходит. Слияние двух факторов: удобство и простота использования и некоторая ответственность за происходящее. Мне кажется, здесь есть классный релевантный пример – это как мы все буквально лет 5 назад говорили о том, что русский человек ни за что и никогда не будет платить за подписки. А сейчас мы знаем про десятки миллионов подписчиков Яндекс.Плюса.

Когда я получил первые блогерские деньги, мне сказали, что оформить самозанятость – это всего пять кликов. Я подумал: «Да ладно, не может такого быть». Но на самом деле это реально пять кликов, это все, правда, очень просто. **Стать ИП становится гораздо проще.** Растет сознательность блогеров с точки зрения оформления договоров, точно также как и ответственность рекламодателей.

3. Многие агентства отмечают, что блогерам не хватает персональных менеджеров, ждет ли эту профессию повышенный спрос в ближайшем будущем?

Я думаю, что да. Блогеров, которые могут позволить себе персонального менеджера, становится все больше, и рынок в целом развивается. Это просто следующий шаг за профессионализацией рынка. Зарплаты блогеров растут, они выходят из тени, рынок становится более профессиональным и обрывает инфраструктурой.

4. Кажется, что рынок в целом движется к модели по СРА, насколько это правдивое замечание?

Я бы сказал так: рынок растет во всех направлениях. Сложно сказать, что не растет, но на каждой платформе свои правила и с каждым блогером тоже. Юрия Дудя не будут оценивать по количеству проданных квартир. Но при этом, например, видео у блогера может дать какое-то количество прямых конверсий, какое-то число ассоциированных конверсий (когда человек, увидевший видео, приходит на сайт не сразу, а через несколько дней, но мы понимаем, что первый контакт с брендом у него случился благодаря блогерскому видео – посчитали это при помощи аудиторных пикселей). Блогера в этой конструкции нужно оценивать, как медийный инструмент, но при этом реальные конверсии мы тоже видим.

5. Когда мы общались по поводу исследования, корреспонденты отмечали, что не хватает хороших обучающих программ и курсов. Что должно произойти, чтобы они появились?

Во-первых, должно пройти время – хорошие обучающие программы и курсы быстро не рождаются. Во-вторых, должен возникнуть устойчивый спрос на качественное обучение.

Когда речь идет об обучении блогеров, чаще люди покупают «мечту» или хотят купить такую «золотую пулю». Ситуация осложняется тем, что все-таки в успешности блогера есть значительная доля везения, случайности и непредсказуемости. У человека, который учится писать код, более предсказуемый трек развития.

Я думаю, что профессия блогера будет в хорошем смысле этого слова шаблонизироваться.

Профессия становится более предсказуемой. Но будет становиться больше ремесла, станет понятен уровень доходов тех, кто это ремесло будет давать, и рынок образования подтянется.



Кирилл

ПЫЖОВ

CEO Perfluence

1. Насколько вырастут доходы блогеров в ближайшие 1-3 года? Блогеры каких платформ будут зарабатывать больше остальных? Почему?

Рынок будет расти на 20%-25% в год в период 2022-2023. Такое количество денег — это минимальная оценка. Мы ждем перетекания бюджетов на ТВ и trade-marketing в блогерский канал, что создает реалистичный прогноз на уровне 40% прироста в год.

Доход блогеров будет расти неравномерно — доход суперзвезд будет расти большими темпами. Наибольший прирост в доходе случится у TikTok-блогеров — все больше брендов понимают ценность платформы, все меньше продолжают думать, что там «одни дети».

2. По последним исследованиям, «средний класс» блогеров столкнулся со снижением прибыли. Кажется, что бренды начали аккуратнее оценивать эффективность блогеров и экономить бюджеты.

Насколько вы с этим согласны?

Как изменится ситуация в ближайшие 2-3 года?

Не соглашусь. В течение 3-х последних лет мы наблюдаем прирост доходов блогеров со средним количеством подписчиков около 30 000 на нашей платформе.

Бренды стали оценивать эффективность блогеров и это абсолютная правда.

Доход средних блогеров, работающих по фиксированной ставке, сократился; тех кто распробовал модель CPA – стабильно растет.

3. По данным нашего исследования, 97% рынка блогеров работает, как физ. лица. Будут ли блогеры работать как самозанятые в ближайшие 1-3 года? Почему? Если да, то что для этого должно произойти?

Платформы, работающие с блогерами, должны будут реализовать механизм простой, бесшовной интеграции с ФНС и простой выдачи статуса «самозанятого» внутри платформы. Это должна быть совместная акция государства и компаний, в рамках которой переход в статус самозанятого будет сопровождаться увеличением дохода блогеров (повышенный процент за выплату и пр.).

4. Многие агентства отмечают, что блогерам сейчас не хватает персональных менеджеров, которые возьмут коммуникацию на себя и будут следить за подписанием договоров. Существует ли такая проблема? Как её можно решить? Получится решить её в ближайшие 2-3 года?

Это далеко не самая большая проблема блогеров. Тем более, блогеров до 100к подписчиков. Гораздо острее стоит проблема поиска клиентов и объектов рекламы для блогеров, и подходы к ее решению совершенно другие

5. Мы считаем, что в мире активно развивается YOLO-экономика и теперь люди готовы рискнуть постоянным заработком, чтобы заниматься тем, что им нравится. Кажется, что мы все чаще видим, как офисные работники бросают работу и становятся блогерами. Насколько сильным будет этот переход в будущем? Насколько вырастет число блогеров в будущем?

Количество блогеров будет расти. Количество тех, кто просто попытается стать блогером, будет расти вдвойне. Блогерство будет развиваться как профессия и через некоторое время наличие блога для профессионала в любой сфере будет так же обязательно, как и наличие трудовой книжки сейчас

Я думаю, что в будущем наконец-то уйдет представление о блогере, как о бездельнике. Блогер — это профессия, такая же, как маркетолог или программист. Требуется базовых навыков, предрасположенности определенной и, конечно, много труда и знаний.

Сейчас я рекомендую каждому блогеру пройти базовый курс маркетолога/таргетолога, прочитать книгу «Фиолетовая корова». Каждый блогер сейчас — это маркетолог, а не только контент-мейкер.

И каждый должен иметь свое УТП, понимать аудиторию и знать, как ее привлекать.

6. Кажется, что рынок в целом движется к модели оплаты по CPA. Насколько это правдивое замечание? Почему так происходит? Как это повлияет на агентства?

Умные агентства будут зарабатывать вместе с этим движением, предлагая данный формат своим клиентам, потому что не предлагать его уже не получится. Этот процесс уже не остановить, хотя зародился он всего 3 года назад. Рынок движется к модели CPA: рынок хочет считать эффективность канала, иметь возможность масштабировать и прогнозировать ROI канала.

7. Когда мы общались по поводу исследования, некоторые респонденты отмечали, что сейчас не хватает хороших программ и курсов, которые обучают блогеров и учат работать блогером. Что должно произойти, чтобы они появились? Как будут устроены эти курсы?

Как и всегда, должно быть желание профессиональных и серьезных игроков их создать. Эти курсы обязательно должны иметь помимо теоретического материала еще и практические задания. А чтобы это все не скатилось в инфобиз – понятную и продуманную систему для заработка учеников курсов.

8. Сейчас активно развиваются виртуальные инфлюенсеры бренды уже привлекают их для маркетинговых кампаний. В отличие от настоящих блогеров, виртуальные копии кажутся более безопасными — они не могут сказать чего-то лишнего или попасть в скандал, а это сильный плюс, если вспомнить ситуации с условной Региной Тодоренко. Стоит ли инфлюенсерам беспокоиться о том, что их заменят цифровые двойники в ближайшем будущем?

Абсолютно нет.

Мы видим, что у виртуального инфлюенсера ТНТ нет даже 50к подписчиков, хотя ее рекламирует Федеральный канал. Почему? Не интересно. Как раз-таки из-за того, что нет ни скандалов, ни драмы – ничего, что вызывает эмоции.

Если нет эмоций, то нет интереса.



Михаил

Свердлов

СВДО онлайн-университета рентабельного
образования Skypro от Skyeng

1. Насколько вырастет рынок онлайн-образования в ближайшие один - три года? Что станет причиной его роста?

Накануне пандемии аналитическое агентство HoloniQ прогнозировало естественный рост мирового рынка онлайн-образования на 8,2%. Уже сейчас мы видим, что средний рост топ-100 EdTech-компаний в России составил 92%, а лидеры выросли на 180–400%.

Я бы выделил две основные причины роста:

- 1 Текущие образовательные продукты традиционного образования — от школы до «вышки» и ДПО — не справляются с потребностями рынка и задачами клиентов. Поэтому только один Skillbox закрывает 2021 год с оборотом более 10 миллиардов рублей — а это бюджет на образование двух крупных вузов топ-15 списка Forbes.

2

Пандемия окунула весь мир в вынужденный онлайн. Например, исследование на выборке в 350.000 учеников в Нидерландах показало просадку на 3% в среднем и до 60% на детях из менее образованных семей, или в Италии, где уроки читали по губам, ввиду отсутствия у большинства населения ноутбуков, а на смартфоне приложение висло. Но несмотря на провалы реализации онлайн-обучения в системах образования по всему миру, большинство людей его всё-таки распробовало.

Основное преимущество онлайн-образования — удобство:

студент учится где угодно и когда угодно. Плюс онлайн-университеты дают возможность учиться у лучших практиков со всего мира. И не нужно тратить деньги и время, чтобы добраться в универ: всё в твоём компьютере. Сейчас от качественного обучения нас отделяет лишь наша мотивация.

2. Какие рынки онлайн-образования будут расти быстрее других в ближайшие один-три года?

Проведенные опросы показывают, что о смене профессии задумываются более 47% россиян. На основании отчета The Future of Jobs Report 2020 — 50% работников в 2025 году потребуется переобучение. Отсюда мы видим, что за следующие пять лет более 40% ключевых компетенций текущих сотрудников изменятся.

Мир стал меняться крайне быстро.

Сейчас нет профессии, которая бы не потребовала постоянного развития навыков, — всем нам необходимо life-long-learning. Поэтому в ближайшее время мы будем наблюдать спрос на онлайн-образование с обеих сторон: и со стороны работодателя, и со стороны самих сотрудников. Одни будут ждать от кандидатов и сотрудников существенно новых компетенций, другие — смену своих текущих профессий и занимаемых социальных ниш.

3. Что вы думаете по поводу модели обучения реер-to-реер, когда два человека обучают друг друга, но не являются профессионалами в деле?

Мне кажется, тут очень важно, как спроектирована при этом образовательная среда. Можно учиться у человека с опытом преподавания 30 лет и не вынести ничего. Можно учиться у профессионала, наблюдая за ним, но потом ничего не уметь. А можно учиться одновременно с другим человеком и детально разобраться во всём.

Я приведу два примера:

- 1.** Вспомните свое обучение в вузе. Как часто вы готовились вместе с кем-то к экзамену? Лично у меня это самые теплые воспоминания и самая результативная подготовка.
- 2.** В религиозных еврейских школах для мальчиков (иешивах) и девочек (мидраша) есть такой формат изучения материала — хеврута. Два человека в паре читают талмуд и обсуждают места в книге, не понятные для обоих. Менее подготовленный задает вопросы более подготовленному. Более подготовленный — объясняет материал, тем самым углубляя свои знания в нем. Очевидная польза для обоих.

Кстати, в Южной Корее есть традиция приглашать таких «специалистов по изучению талмуда», чтобы они обучили подобному подходу. Не в религиозных целях, а как эффективный способ развития мышления у учеников.

Ну и в целом, мне кажется, вся наша цивилизация учится друг у друга и каждый из нас учитель.

Ты что-то изучаешь и делишься этим дальше. Просто сейчас это происходит на кофе-поинте на работе, на конференции в кулуарах, а может быть системно в формате формализованного peer-to-peer подхода.

4. Мы знаем, что в США сейчас настоящий кризис образования — учителя думают уходить из школ, а студенты всё чаще покидают вузы (во многом благодаря YOLO-экономике). Как это отразится на рынке онлайн-образования?

Я могу сказать про ситуацию в России. Пандемия заставила многих остановиться и немного переосмыслить происходящее. Появилось несколько вопросов к самому себе:

- «Тем ли я занимаюсь и мое ли это занятие? Не получил ли я его по инерции и не сделали ли родители выбор вместо меня?». К слову, посмотрите, как родители трепетно опекают своих чад: 17% планируют контролировать детей до их выхода на работу, а 11% признались, что будут делать это всю жизнь.
- «Хочу ли я жить на зарплату меньше 25 000 ₽ в месяц, как 70% работающих россиян, и не иметь средств на базовые вещи — например, качественную медицину?»
- «Ценит ли меня мой работодатель и доставляет ли мне комфорт мое окружение на работе?»
- И главное: «Насколько я счастлив и что в принципе доставляет мне счастье?»

А что к этому привело — YOLO-экономика или обычное желание осознанности происходящего, — отличный вопрос.

5. У нас есть гипотеза, что сейчас больше предпочитают онлайнное обучение, нежели классическое. Люди всё чаще думают: зачем им работать учителем в ВУЗе, если они могут работать на платформах и зарабатывать куда больше. Насколько вы согласны с данным утверждением? Зависит ли ответ от рынка образования (массовое, детское, профильное и т. д.)?

Если мы говорим про учителей, то они уходят в репетиторство. Почти 50% учителей в России занимаются репетиторством, а для 16% опрошенных деньги, полученные от репетиторства, составляют более 50% от общего дохода. А уж где оно происходит — офлайн или онлайн, — не так критично. Везде нужно проектировать образовательную среду и опыт, чтобы получился хороший результат.

А уходят в репетиторство они по двум причинам:

- 1.** Вырастет доход. На платформе или самостоятельно ты можешь зарабатывать сильно больше, чем в школе. Сейчас работая из провинции, можно получать 100+ тысяч в месяц. И для этого не нужно брать две ставки и классное руководство.
- 2.** Тебе не нужно учить многих — ты обучаешь каждого. И если делаешь это хорошо, то сразу видишь результат.

В целом меня смущает ситуация, когда текущая система школьного образования при всех ее миллиардных затратах, не дает ожидаемого учеником или его родителями уровня образования.

А репетиторство при этом так процветает.

Потому что система не дает нужный результат, что приходится ее дополнять.

6. Кажется, что обучением теперь занимается любой специалист в своей сфере, даже условный бармен, который отработал несколько лет. Мы видим, что есть люди, у которых не так много опыта (три-пять лет), но они учат условному английскому. Будет ли таких людей больше/меньше? Если их будет больше, то с чем это связано?

Я считаю и вижу на сотнях примеров, что опыт с десяток лет не всегда плюс для преподавателя. Мир меняется очень быстро. Если преподаватель постоянно обновляет свои знания и практический опыт вслед за этими изменениями, то это ок. Если нет, то качество образования, которое он дает, сильно падает. Как правило, это зависит от желания самого преподавателя.

В целом три-пять лет для практика, работающего в индустрии, вполне достаточно, чтобы обучать новичков. Например, в IT за это время программист или аналитик может легко дорасти до уровня сеньора или эксперта в своей области. Конечно, если будет развиваться.

Будет ли таких людей больше или меньше — зависит от спроса и количества курсов в соответствующей области. Что про IT, то только по подсчетам Минцифры, не хватает от 500 тыс. до 1 млн таких специалистов в различных сферах информационных технологий, в то время когда вузы готовят по 40000 в год.

7. В продолжение к вопросу из пункта 6: не приведет ли рост такого числа учителей к регрессу отрасли? Нужно ли особенно контролировать таких учителей?

Если честно, я сейчас слабо представляю, как и какая система контролирует качество школьного и высшего образования. И есть ли она не номинально, а в реальности.

8. Много курсов сейчас строится на основе AI и аналитики. Интересно, как меняется роль самого учителя/лектора/человека, который преподает материал? Будут ли в будущем люди придумывать программы обучения или это всё отдадут на откуп машинам?

Я бы с радостью ознакомился с этим «многим количеством курсов».

К сожалению, у образования огромный технический долг по сравнению с другими отраслями. Например, в маркетинге мы давно получаем персонализированный контент. В финансовой сфере нас оценивают (проводят скоринг). Мы привыкли к технологиям в обычной жизни: получать все сервисы удобно, быстро, с телефона. Но в это же время в образовании нас всех учат как класс, группу, поток — по «одному» учебнику, мелом у доски.

Примеры аналитики в образовании, известные лично мне, можно пересчитать по пальцам. Я говорю не об аналитике из научных работ с теорией, а о действительно доказательном подходе к образованию.

Например, мы в Skyeng в 2020 году увеличили скорость освоения навыков владения английским языком у взрослых на 26,5% — только с помощью модели прогресса и рекомендательных систем. При этом научились доучивать преподавателей исходя из их точек роста — создали для них своеобразный экзоскелет, как у Тони Старка: когда система помогает им, подсказывает лучшее образовательное действие для ученика, чтобы он скорее добрался к своей цели.

Отдадут ли всё на откуп машинам — хороший вопрос.

Но мне кажется, что в данный момент без человеческого участия – никуда. Возможно, чуть позже преподавателей заменят на алгоритмы, Илон Маск совершит прорыв со своими нейроинтерфейсами. Тогда знания можно будет закачивать в мозг в моменте.

9. Как будут выглядеть ученики и учителя будущего?

Основное отличие учеников будущего будет в том, что они начнут **более тщательно выбирать образовательный продукт** как в сфере формального, так и в системе высшего и профессионального образования. Возможно, они не пойдут в вуз, так как захотят получить востребованную профессию и начать пробовать себя в ней прямо сейчас. Не через четыре года, а, например, через 10–15 недель, после интенсивного модуля.

Сейчас ввиду дефицита высокий спрос и на новичков, особенно, в IT. Часто компании сами запускают курсы по переобучению (reskilling), чтобы готовить себе кадры. А у нас в Skurgo на сегодня самое длинное трудоустройство выпускника составило 30 календарных дня, а в среднем, это 2-3 недели.

Что же касается учителей, то я уверен, что роль сместится от рассказа теории «у доски» к партнерскому взаимодействию с учеником. Мне очень нравится диалог коллег из «Хорошколы» и МПГУ на эту тему. Там рождается смысл роли учителя настоящего и будущего.

Хороший учитель уже сейчас помогает определить потребности учеников, их образовательные цели, навыки и знания.

Исходя из этого, такой учитель выстраивает учебный процесс: решает, по каким сценариям и каким материалам надо работать, каких целей добиться и как организовать пространство. Он тьютор и навигатор. Помогает открыть ученику этот мир, помочь попробовать разные варианты, осмыслить их, понять, что больше понравилось.

SETTERS



Ксения

Жмудь

Креативный директор и руководитель
отдела копирайтинга SETTERS

1. Как поменялись ценности у молодых креаторов, дизайнеров за последнюю пару лет? Мы считаем, что в мире активно развивается YOLO-экономика и теперь люди готовы рискнуть стабильной работой и постоянным заработком ради более счастливой жизни. Насколько вы с этим согласны?

Наверное, в вопросе речь идет про последние два года потому, что молодые уже успели активно показать себя в работе, обратить на себя внимание взглядом, подходом и мышлением. Все дело в разнице поколений, если старшие поколения готовы убиваться об рабочий стол, доказывая, что они нужные, важные и вообще все могут, то зэты рождаются с ложкой осознанности во рту, с любовью к себе, обернутые в искренность и откровенность.

Зэты, они сразу будто сделаны для счастья.

Понятно, что теория поколений будет отличаться из-за особенностей среды, страны и даже города. Но глобально те же бумеры были в ситуации, когда информация о том, что происходит в мире, была закрыта или в сложном доступе, но они видели кризисы, наблюдали шаткую экономику и это заставляло их искать стабильности: в жилье, в работе, в семье.

Миллениалы уже проще могли увидеть картину в целом, но ориентировались на опыт и традиции бумеров. Дальше появляются зэты, которые совершенно не заперты границами библиотек и печатных изданий, которые не почувствовали тряску от экономических падений, у которых нет ассоциации «стандарты = хорошо». Они знают, что такое свобода, видят и хотят это пропагандировать дальше. На мой взгляд, именно поэтому они чаще стали заглядывать внутрь себя, искать неочевидные решения, испытывать желание рассказать о себе миру.

Разумеется, этот соблазнительный стиль жизни зэтов замечают и остальные: миллениалам вообще свойственно молодиться и везде доказывать, что они (мы) ничуть не хуже. Так что это, на мой взгляд, точка старта изменений вообще для всех, к которой кто-то прозорливый придет сам, в ком-то это будет воспитываться сразу, а кто-то обдумает эту идею, хорошенько выгорев.

Если говорить про количество зэтов в нашей команде, то я бы сказала, что у нас их около 15-20%. Самые молодые – это Егор Квашин и Лера Вихлянцева, они 2002 года, но суперкрутые: Егор – ассистент проджекта у одного из наших ключевых проектов, а Лера – HR-ассистент.

2. Креативный рынок находится в бесконечном стрессе из-за темпа работы и переработок. «Родня» даже выпускала исследование на эту тему. Как агентства и бренды будут решать эту проблему в ближайшем будущем? Что должно произойти, чтобы креативная индустрия перестала быть такой изматывающей?

Тренд упахиваться отходит в сторону, агентства понимают, что намного легче работать с клиентами, которые воспринимают агентство не исполнителем, а креативной частью команды. От клиентов можно отказываться, от проектов можно отказываться, можно отказываться от сотрудников, с которыми неприятно и не хочется работать. Везде и со всеми должна быть командная работа, а не попытка задавить.

Самый ценный ресурс — это не просто специалисты, а специалисты, с которыми тебе комфортно, с которыми тебе легко.

С какими-то клиентами мы прекращали и прекращаем работать, потому что понимаем, что нам комфортно работать по-разному. В какие-то тендеры не идем, если понимаем, что морального ресурса и физического это заберет слишком много.

Сейчас есть очень четкий тренд на ментальное и физическое здоровье, выгорание – главное слово года, повесточка уже активно находится в мире поведения брендов и проектов, которые бренды делают. Мир встряхнуло, мир перевернуло, растормошило и мир понял: ресурс не бесконечен и выгореть может как матерый топ, так и молодая мама, и что не каждый способен попросить помощи и сказать: «Стоп!».

Вот несколько классных проектов по этому направлению:

- Мантры для мам от Яндекс, Маркета
- Карточки [«Это нормально»](#) вместе с save.mental
- «Это мои чувства» от P&G

3. Какие навыки будут цениться в креативных специалистах больше всего в ближайшие 2-4 года? Почему вы так думаете?

Тут, конечно, должно быть про инновационность, изобретательность и адаптивность, но это все как бы и так понятно. Нужно быть человеком, с которым хочется идти в проект, это про Huggable talent.

Huggable talent — это дословно «обнимательные таланты», это те люди, с которыми тебе здорово и интересно. Это не только комфорт в работе, в общении, возможность положиться, но и когда с ними просто интересно посидеть в баре или за кофе, послушать истории, узнать позицию и философию. Это люди, которые не притесняют, а вдохновляют, с которыми в принципе хочется быть вместе.

Умение заботиться о себе и о команде – тоже классный навык, такая «антипригарность». Но круто, если это происходит не потому, что ты суперчеловек, а потому, что ты понимаешь, как жить и работать, чтобы не перегружать себя и не начать взрывать все вокруг.

Раньше рынок был устроен так, что все делали все — каждый был многостаночником. Потом все стали расходиться по кастам и направлениям, типа креативной фордовской истории, но по итогу оказалось, что все-таки нельзя терять связь и понимание того, что и как делают другие. Поэтому особенно важно развиваться не только в своей сфере, но и в тех, что рядом.

А еще здорово, что в последнее время разные специалисты, бренды, агентства и клиенты стали коллабиться, кокрейтиться и создавать то, что в одиночку создать было просто невозможно.

4. Чтобы закрыть вакансии IT-компании начинают активно хантить еще школьников 10-11 классов или студентов первых курсов. Увидим ли мы что-то подобное в креативе в ближайшем будущем?

Мы это уже видим: курсы от агентств не имеют ограничений по возрасту, именно с наших курсов SETTERS EDUCATION к нам пришли самые молодые, но суперклассные ребята. У меня в отделе четверо копиров, которые проходили TEXTONIT или учились на нашей бесплатной образовательной программе, которую мы сделали для факультета журналистики СПбГУ.



Мик

Вайсман

CEO Trinity Monsters

1. Мы в Solar Staff думаем, что в будущем все больше программистов будет работать на себя и подключаться на конкретные проекты. Сейчас это в основном Senior-специалисты, которым невыгодно работать в штате, но в будущем это будут и middle-специалисты. Насколько вы с этим согласны и что думаете?

Рынку digital-разработки требуется трансформация: содержать штат программистов невыгодно. Например, 40 штатных разработчиков в среднем стоят 2500 рублей в час и составляют 5000 человеко-часов в месяц. В этом случае получается ежемесячная выручка в 12,5 млн рублей для функционирования студии.

Прогнозирую, что в ближайшем будущем весь штат разработчиков digital-компаний будет работать проектно по принципу «шеринговой» экономики. В США уже появилась подобная платформа в конце лета — Vgeef. Компания объединяет 5000 студий и собрала лучшие в мире небольшие агентства и технологии в одном месте: от веб-разработки до PR-кампаний. Американский стартап уже привлек 4,5 млн. долларов инвестиций и не имеет аналогов в мире. Многочисленные фриланс-платформы с простой точкой входа и их инвестиционная поддержка только стимулируют людей работать на себя.

Произошла убернизация труда разработчиков, теперь они строят свою карьеру от проекта к проекту за пределами компании. Идеологически в этом, конечно, нет ничего хорошего: сильные кейсы получаются только коллективными усилиями людей, которые верят в проект и живут общим делом в одном пространстве офиса. Человеку нужен человек-единомышленник — так формируется команда.

Сергей Полонский хорошо сказал: «Самое дорогое — это одноразовые проекты и одноразовые сотрудники».

Поскольку такие специалисты работают за деньги, а не за новые знания, у них отсутствует горизонт планирования, свойственный развивающимся командам. Скоро офлайн-работа в офисе станет роскошью, но к ней будут все стремиться, поскольку мы биосоциальны, как ни крути, согласно еще Аристотелю.

2. Кажется, что программисты — самая избалованная категория сотрудников. У них самые лучшие условия работы (ДМС и прочее). Интересно, какие «плюшки» компании будут предлагать сотрудникам в ближайшие 1-3 года, чтобы привлечь людей?

Сами по себе программисты не избалованы условиями труда. Они все еще хотят работать над интересными и крупными проектами и ощущать здоровую «домашнюю» атмосферу в компании. Те, кто постарше, особенно скучают по эпохе 2010-2020 года с вечеринками, митапами и конференциями, а главное, общей «химией» в офисе.

IT-специалисты — это новые хиппи: они всегда предпочтут удаленную работу у океана с глобальной миссией, нежели карьеризм в мегаполисе с зарплатой x2.

В пандемию рынок IT начал намеренно «перегреваться» — при поиске лучших специалистов рекрутинговые агентства буквально «сталкивают лбами» работодателей. Желая выполнять KPI по найму в условиях высокого спроса, они предлагают зарплату соискателям в 2-3 раза выше рынка. Например, Senior-разработчику на собеседовании могут озвучить заработную плату в 300-400 000 рублей, что формирует в нем новые зарплатные ожидания и никакие «плюшки» не переубедят его в обратном.

Такая рекрутинговая политика «обваливает» рынок и наносит серьезный вред и компании, и специалисту, и всей экономике. Масло в огонь подливают многочисленные образовательные платформы, которые гарантируют трудоустройство с зарплатой в 70-90 000 рублей после года обучения.

При этом проблема поиска IT-специалистов актуальна во всем мире. По оценке Министерства труда США, глобальная нехватка талантливой рабочей силы уже составляет 40 миллионов человек, и это число вырастет до более чем 85 миллионов к 2030 году. Именно поэтому мы видим, как много денег вкладываются в платформы по найму IT-специалистов.

Так, американская платформа CodeSignal армянского соучредителя Тиграна Слаяна привлекла 85 млн долларов инвестиций в ходе нового раунда. Другая платформа из Латинской Америки с помощью иммерсивных дистанционных курсов готовит специалистов по обработке данных, цифрового маркетинга и кибербезопасности.

Высокий спрос на людей связан с растущим рынком e-commerce, перехода даже консервативного бизнеса в online. Из-за закона о налоговом маневре в IT-отрасли, корпорациям выгодно создавать собственные IT-подразделения внутри компании, что тоже серьезно повлияло на рынок.

3. Как изменится система мотиваций разработчиков в ближайшем будущем? Что будет ценным для сотрудника, который в любой момент может уйти в другую компанию или начать работать на себя?

Мотивация разработчиков серьезно изменилась. **Сейчас главное преимущество выбора места — это удаленный формат работы.** Так считают 68% соискателей, по оценкам НН.

Если еще 3-4 года назад главной мотивацией был командный дух компании, то стремительный рост стартапов, безумный спрос на IT-специалистов стимулирует людей стремительно переходить с места на место. В подобной гонке технологий и трендов формирование корпоративной культуры уступает и требует больше времени на ее формирование.

Теперь, если соискателю придется проходить 4-5 собеседований, то он задумается: стоит ли тратить 2-3 месяца своего времени на получение оффера. Уверен, что квалифицированные разработчики, знающие цену своей компетенции, не будут жертвовать своим временем ради бренда.

К сожалению, удаленный формат работы индивидуализировал мотивацию. Сотрудники перестали связывать свои успехи с коллективом, проектной командой и физически не ощущают командный дух. Я вижу тенденцию роста работы на себя в среде IT, поскольку пандемия только усилила это разобщение в обществе.

Люди, испытывающие материальные трудности, не будут больше следовать корпоративной идеологии, выбирая понятный путь: быть сытым и одетым. Безусловно, это дискуссионный вопрос. Что важнее: технологии в бизнес-процессах или носители этих технологий в лице руководителя с его мотивирующей харизмой.

Я считаю, что, технологии — это лишь 30% успеха компании, остальные 30% — это харизма основателя бизнеса-визионера и 35% — команда из единомышленников.

4. У нас есть гипотеза, что спрос на людей в разработке будет вечно превышать предложение. Что компании всегда будет не хватать людей для своих задач. Насколько вы согласны с этим утверждением? Что может произойти, чтобы это изменилось?

Не согласен с этим утверждением.

Это нормальные рыночные отношения. Например, спрос на людей, добывающих золото, раньше был сумасшедший в условиях его большого количества. Так происходит во всех областях, которые фиксируют ситуативную потребность. Фактически человечество сейчас оптимизирует все бизнес-процессы, задачи роботизируются, из-за чего зафиксирован спрос на IT-специалистов.

В будущем программистов станет настолько много, что «акции» на них упадут при достижении пика. Так произошло и с юристами, и с экономистами. Однако в горизонте 100 лет, конечно, спрос будет расти.

5. В этом году The Wall Street Journal писал о том, что сотрудники сейчас тайне подрабатывают в нескольких местах одновременно. Как вам кажется, насколько это распространенная ситуация в России? Как действовать работодателям в этом случае?

Российский менталитет не позволяет людям открыто говорить о финансовых проблемах. Диалог с начальством о совмещении работы зачастую воспринимается как «слабая позиция» со стороны сотрудника и как невовлеченность в жизнь компании с позиции руководителя. Если подчиненный просит подработку, значит, у него остается свободное время — так может расценить просьбу директор, ожидая от сотрудника стремления строить карьеру в одном месте.

Если сотруднику не хватает заработной платы, он просто покинет компанию, чем будет совмещать несколько работ, как это распространено в гуманитарном секторе. Потому что:

1. **Скрывать вторую работу сложно.** Если менеджер по продажам или пишущий журналист может уделять подработке 1-2 часа времени в день, то средний срок создания сайта 20-30 дней. Данный объем работы не выполнить, если полноценно не перерабатывать и буквально «выгорать».
2. Все мы хотим выполнять **меньше работы за комфортный заработок.**

6. Одна из частых проблем на рынке — разработчики в регионах могут получать сравнительно меньше денег, чем в столице, даже если у них одинаковый технический уровень. Этот тренд уходит далеко за пределы России: так делал и GitLab, и Google. Поменяется ли ситуация в 2022 году или ближайшие 2-3 года?

Думаю, что динамика регионального удаленного найма сохранится, поскольку по трудовому законодательству РФ (от 7 августа 2015 г. N 17-3/В-410) невозможно официально нанять на дистанционную работу иностранных граждан (в том числе, Беларусь и Казахстан). В этом плане у россиян из регионов есть серьезное преимущество на рынке труда.

Что касается зарплатных ожиданий специалистов, то они значительно ниже коллег из Москвы. Особенно в начале карьеры, поскольку соискатели не представляют уровень расходов в мегаполисе. Порядок цен они определяют по региональному уровню заработных плат, а их ожидания могут оказаться ниже на 20-40%. Стоит разработчику однажды поработать на московском проекте, и этот дисбаланс стремительно выравнивается.

IT-сообщество очень взаимосвязано несколькими тематическими сайтами. Молодым разработчикам из регионов не составит труда узнать зарплатную рыночную вилку на тех же форумах.

affect



Илья **Корнеев**

Управляющий партнер Affect

1. Как поменялись ценности у молодых креаторов, дизайнеров за последние пару лет? Мы считаем, что в мире активно развивается YOLO-экономика и теперь люди готовы рискнуть стабильной работой и постоянным заработком ради более счастливой жизни. Насколько вы с этим согласны?

Если говорить про изменение ценностей, то определенно, люди не готовы ходить в офис, они хотят находиться там, где им комфортно. Поэтому ждут от работодателя либо гибридный формат, либо полностью удаленку. Счастливыми их делает жизнь на природе и свободный график.

Одна из проблем рекламного рынка в России — тяжело взять сотрудника по контракту на какой-либо кратковременный проект.

В США это более частая практика и позитивно воспринимается как работодателем, так и работником, то есть никто не боится работы по контракту на несколько месяцев. У нас сейчас все иначе — достаточно сложно нанимать людей на краткосрочные проекты. Даже если люди хотят работать на фрилансе, зачастую нужно все равно идти в штат либо проходить испытательный срок. Это сильно тормозит молодежь, ведь ей хочется больше свободы и мобильности.

2. Насколько сложнее стало закрывать вакансии и находить людей за последний год? Что вы делаете, чтобы решить эту проблему?

Да, стало намного сложнее. И на это есть несколько причин:

- Демографическая яма, в которой мы сейчас находимся. Во всех индустриях недостаток молодых классных кадров.
- Рекламная индустрия стала более зрелой. Она перестала быть хайповой, рекламщики в глазах молодежи перестали быть супергероями, как было во времена Пелевина («Generation „П“») и Бегбедера («99 франков»).
- У рекламной индустрии появились конкуренты — это различные стартапы и производство блогерского контента. Молодое поколение теперь хочет быть ближе к блогерам, и работа в продюсерском центре стала мечтой.

Мы движемся к тому, чтобы стать работодателем не только в Москве. С точки зрения процессов и документации, мы принимаем на удаленную работу по всей территории России и стран СНГ, и это соответствует современным экологическим трендам и пункту ЦУР «Уменьшение неравенства». Человек, который работает на удаленке, у нас сейчас абсолютно такой же офисный сотрудник, вовлеченный в работу команды.

3. Как теперь воспринимаются люди, которые работают в рекламе?

Сейчас уже нет и не будет совокупного бренда «рекламщика», как было ранее описано в поп-культуре. Теперь единый бренд распадется на много разных индустрий: это могут быть диджитал-айтишники, зрелые креативщики, перформанс-аналитики, martech стартаперы как совсем новая каста. Уже давно происходит digital-революция в рекламе, которая приводит к серьезным изменениям. Увеличивается средний возраст рекламщика, они становятся более рациональными.

Ранее было много творчества, художников и отвязной богемы. Сейчас и в будущем будут только профессионалы на стыке компетенций творчества и аналитики с целью — достигать результат. Что выглядит уже не так весело. Это будут более техничные люди, не такие художники-психологи, к которым мы привыкли.

У рекламной индустрии появились конкуренты — это различные стартапы и производство блогерского контента. Молодое поколение теперь хочет быть ближе к блогерам, и работа в продюсерском центре стала мечтой.

4. Получается, что вместо того, чтобы создавать креатив для блогеров, ребята сами хотят стать блогерами?

И то и другое. **Либо стать блогерами, либо быть ближе к ним.** Сама возможность стоять за камерой, носить кофе любимому блогеру или работать с ним — это love-профессия для молодого поколения, вход в которую недорогой и доступный.

Станет больше не только блогеров, но и профессий вокруг этой индустрии. Будет больше продюсерских центров, менеджеров, юристов, ассистентов. То есть вся та команда, которая помогает блогерам делать контент для достижения определенного успеха и масштаба, станет многограннее.

Второй конкурент рекламы – стартапы. В рамках больших холдингов Сбербанка или Яндекса или глобально в мире — везде в стартапах классно работать, ведь они также относятся к категории крупного работодателя. Это тоже красивая ролевая модель, где вы в коворкинге пьете смузи и продумываете продукт. Свободный образ жизни и атмосфера, креатив, активная работа, риски и шансы стать единорогом точно останутся в будущем.

5. Будут ли агентства что-то предлагать этим людям?

Агентства близки к блогерам.

Это связанные индустрии. Поэтому если агентства много работают с лидерами мнений, то это тоже часть мечты для молодежи. В будущем агентства будут еще больше с ними взаимодействовать и даже сейчас уже появляются гибридные модели, сочетающие креативное агентство и продюсерский центр.

В агентствах также активно развивается martech. Почти у каждого независимого или сетевого агентства есть какая-либо технология, которую они внедрили у себя. Поэтому рекламные агентства будут частью стартап-мира.



Шинкаренко

CEO и основатель
Solar Staff

Павел

1. Как выглядит будущее проектной работы?

Проектная работа будет развиваться, и мы увидим новые вертикали и сервисы, которые связаны с платформенной занятостью. Платформы будут не только в доставке, мы уже видим примеры для кассиров, мерчандайзеров (Wowworks). Дальше их будет еще больше — работники складов, парикмахеров и множество других отраслей.

Например, у меня есть предположение, что ЦИАН сможет стать первой в России платформой для агентов по недвижимости.

Особенно в свете того, что они привлекли финансирование.

Рассмотрим эти изменения подробнее: сначала ты воспринимаешь ЦИАН как доску объявлений. Потом в виде некого помощника в сделке, и именно в этот момент ЦИАН становится платформой. Компания поможет тебе с кредитом, договорами и прочим, но кто эти люди, которые будут закрывать эти задачи? Тут появляются люди и возникает стандартизация всей индустрии.

Какая разница, кто тебе оказывает услуги по подбору помещения, если все люди проходят отбор и обучение? Таким образом, если раньше на рынке была война риелторов, то теперь ей на смену приходит унификация работы.

При этом мы видим, что сейчас особенно сильно растут платформы, связанные с образованием (репетиторы и т.д).

2. При каких условиях на рынке возникают платформы?

- Наличие **1-3 лидеров**, то есть рынок должен быть хоть немного консолидирован.
- Услуга должна быть **стандартизирована**. У потребителя этой услуги не должно быть разницы, кто ее предоставляет. Человек, который покупает онлайн-курс, чаще думает о результате, который он получит, чем о человеке, который его обучает. Платформа всех усредняет. Конечно, есть условные «звездные» учителя, но это отдельный разговор.
- Должен быть минимальный объем рынка где-то в **10 тыс. человек**.

3. Как будет развиваться режим самозанятости в России?

Государство будет реагировать на изменения рынка труда, и самозанятость как раз является одной из таких реакций. Рост количества самозанятости напрямую связан с развитием платформенной занятости и количеством сервисов. Потому что именно платформы дают самый большой приток людей, втягивая миллионы людей по всей России. Судя по прошедшему году, я думаю, что рост числа самозанятых будет на таком же уровне, как это было в 2021 году.

Интересно, как будет вести себя отрасль строительства: будет ли она меняться, будут ли создаваться платформы для стройки с каменщиками и приведет ли это к росту доходов. Потому что стройка и сельское хозяйство сейчас теряют больше всего на фоне роста зарплат курьеров и других линейных исполнителей. Они главные доноры людей в России.

Создание платформ занятости в строительстве поможет решить ряд проблем. Например, так можно будет четче оценивать работу региональных исполнителей — если ты платишь за произведенную работу, то все становится проще. «Хочешь больше денег — больше работай».

4. Как рост зарплат курьеров повлияет на трудоустройство?

Из-за дефицита кадров, оттока мигрантов и безумного спроса на доставку, зарплата курьеров в столице подскочила до 100-150 тыс. На фоне таких новостей у людей буквально ломается картина мира — обычно такие деньги получает директор регионального завода.

В ближайшем будущем «синие воротнички» по всей России начнут задавать один и тот же вопрос своим работодателям: «Почему мы так мало зарабатываем?». Так, изменение зарплат курьеров приводит к двум вещам: переоценке образования и переоценке труда.

5. Получается, в будущем люди будут покидать компании и уходить в курьеры?

Пока что мы не увидим массовую миграцию из компаний в линейный персонал. В большей степени это касается молодежи, которая может использовать тренд и быстро заработать. При этом мы точно увидим, как на фоне новостей про зарплату курьеров, люди начнут задавать вопросы своим работодателям. Такие вещи повышают аппетит к деньгам.

Люди начнут смотреть, насколько их зарплата находится в рынке, а если нет, то насколько легко им будет получить работу с зарплатой выше, чем сейчас. Если это легко, то они начнут выходить на рынок труда. Но нужно понимать, что от профессии к профессии ситуация разная — где-то предложение превышает спрос (бухгалтерия и юристы), особенно если мы говорим про начальный уровень.

Мне кажется, что в будущем человеческий труд в России будет оцениваться дороже, чем сейчас. В Европе этот тренд существует уже давно, там труд человека — самое дорогое, что есть. Когда компании столкнутся с проблемами найма, они будут вынуждены улучшать условия работы, в том числе и денежные, иначе останутся без людей.

6. Помимо курьеров на рынке сильно растут зарплаты IT-специалистов. Они будут вечно расти?

Чтобы понять верхнюю границу зарплат программистов, можно открыть зарплаты специалистов из Google. Так как сейчас все работают удаленно, уже без разницы, насколько далеко или близко от офиса находится человек. Это никак не влияет на зарплату, соответственно, и верхняя планка другая. России еще явно есть куда расти — зарплаты наших разработчиков составляют где-то 30% от американских.

При этом спрос на людей в IT будет еще очень долго превышать предложение. Мы находимся внутри четвертой технологической революции, и это требует притока кадров в сферах автоматизации, роботизации и алгоритмизации.

7. Как будут выглядеть фрилансеры будущего?

В будущем фрилансеры поделятся на два лагеря: low-skill и high-skill исполнителей.

Low-skill – это курьеры, работники склада и работники зала. Люди, которые выполняют стандартизированную функцию по чек-листам. Они появляются, когда компании становится все равно, кто выполняет задачу — все процессы зафиксированы и теперь главное – получить результат. Эти исполнители попадают в бесконечную воронку сервисов, которые постоянно предлагают им подработку и быстрые деньги.

Highskill или уникальные исполнители — это люди с опытом за плечами. С одной стороны, это директора по маркетингу, СТО, руководители продуктовых команд. С другой — специалисты по настройке нейросетей. Они постоянно меняют свою область деятельности, обменивая работу в компании на знания. Из-за этого они никогда не задерживаются на одной должности в одной компании, потому что им это не выгодно. К тому же, они настолько часто меняют род деятельности, что уже не способны сидеть на одном месте

8. Что ждет Solar Staff в ближайшие несколько лет?

В будущем фрилансеры поделятся на два лагеря: low-skill и high-skill исполнителей. Как и раньше, мы будем развивать гиг-экономику и платформенную занятость в России. Для нас будущий год пройдет под знаменем экспансии, запуска новых продуктов и направлений.

Мы запустим новый продукт для фрилансеров и посмотрим, насколько можно поощрением, а не дубинкой, сподвигнуть людей к изменению налогового статуса. Мы поможем людям управлять налоговой нагрузкой по собственной инициативе: без обязательств, но с огромной выгодой.