

УДК 331.545

**РОЛЬ ФРИЛАНСА В ОТРАСЛЯХ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ***О.Г. Тихомирова<sup>1</sup>, А.А. Севостьянова<sup>2</sup>*<sup>1</sup>Университет ИТМО, к.э.н., доцент<sup>2</sup>Университет ИТМО, магистрант

Адрес для переписки: pr.sevostyana@gmail.com

**Информация о статье:**

Поступила в редакцию 08.11.2019, принята к печати 27.12.2019.

Язык статьи – русский.

**Ссылка для цитирования:** Тихомирова О.Г., Севостьянова А.А. Роль фриланса в отраслях креативной индустрии // Экономика. Право. Инновации. 2019. № 4. С.10–17.

**Аннотация:** В статье рассмотрены особенности функционирования креативной индустрии в современной экономике. Показана структура отраслей креативной индустрии и особенности формирования дохода креативных индустрий в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, Европе и Северной Америке. Определены отличительные черты и роль российской креативной индустрии на мировом рынке и проведен анализ динамики объема российского экспорта креативных индустрий, что позволило выявить влияние процессов глобализации и расширения границ креативных индустрий на формирование культурных и жизненных ценностей современной молодежи в России. Раскрыта взаимосвязь развития креативной индустрии и социально-экономического потенциала российских регионов на основе Индекса креативного капитала, что позволило определить характерные черты лидеров рейтинга креативного развития российских городов. Определены виды фриланса на основе показателей характера работы, образа жизни, места нахождения. Показана роль фриланса в развитии отраслей российской креативной индустрии и выявлены особенности фриланса на рынке креативных профессий. Проанализированы причины ухода во фриланс людей разных возрастных групп, систематизированы преимущества и недостатки фриланса с позиции работника, предприятия и государства. Анализ таких ценностей молодежи поколений Y и Z, как свобода выбора проектов, гибкий график работы, мобильность, возможность саморазвития и творческой самореализации, позволил выявить их гармоничную согласованность с особенностями деятельности в форме фриланса и развитием предпринимательской инициативы. Показаны проблемы трудоустройства молодежи на рынке труда в России и определена возрастающая роль фриланса на молодежном рынке труда. Представлена положительная зависимость показателей занятости молодежи в интернет-пространстве и ее социальным статусом, степенью социальной мобильности ее представителей, преодолением социального неравенства, наличием сформировавшего сообщества. Рассмотрены характерные черты личности фрилансеров и структура занятости студентов-фрилансеров, что позволило выявить проблемы необходимости создания фриланс-сообществ, специальных образовательных программ, формирующих навыки командообразования для реализации проектов в виртуальном пространстве.

**Ключевые слова:** отрасли креативной индустрии, индекс креативного капитала, молодежный рынок труда, фриланс, командообразование, поколения Y и Z.

**THE ROLE OF FREELANCE IN THE CREATIVE INDUSTRY FIELDS***O. Tikhomirova<sup>1</sup>, A. Sevostyanova<sup>2</sup>*<sup>1</sup>ITMO University, PhD; Associate Professor<sup>2</sup>ITMO University, master student

Corresponding author: pr.sevostyana@gmail.com

**Article info:**

Received 08.11.2019, accepted 27.12.2019

Article in Russian

**For citation:** O. Tikhomirova, A. Sevostyanova. The role of freelance in the creative industry fields. *Ekonomika. Pravo. Innovacii*. 2019. No.4. pp. 10–17.

**Abstract:** The article discusses the features of the functioning of the creative industry in the modern economy. The structure of creative industries and the features of creative industries' income generation in the countries of the Asia-Pacific region, Europe and North America are shown. The distinctive features and the role of the Russian creative in-

dustry in the world market are determined and the dynamics of the volume of Russian exports of creative industries is analyzed, which revealed the influence of globalization processes and the expansion of the boundaries of creative industries on the formation of cultural and life values of modern youth in Russia. The correspondence between the development of the creative industry and the socio-economic potential of the Russian regions on the basis of the Creative Capital Index is revealed. The types of freelance are determined on the basis of indicators of the nature of work, lifestyle, location. The role of freelance in the development of branches of the Russian creative industry is shown. The reasons for people of different age groups to become a freelancer are analyzed; the advantages and disadvantages of freelancing for of an employee, an enterprise and the state are systematized. The problems of youth employment in the labor market in Russia are shown, and the growing role of freelance in the youth labor market is determined. The personality traits of freelancers and the employment structure of freelance students are considered.

**Keywords:** creative industry fields, creative capital index, youth labor market, freelance, team building, Y and Z generations.

**Введение.** Актуальной проблемой современной экономики в условиях набирающих темпов цифровизации процессов является формирование новой бизнес-парадигмы, поиск путей самореализации работников и возможности их гибкой адаптации к требованиям рынка труда. Повышается значимость информации и знаний как основных производственных ресурсов в результате роста наукоемкости товаров, интеллектуализации используемых технологий, существенного повышения деятельности, связанной с производством знаний, передачей и хранением информации, развитием цифровых сервисов. Особым процессом является появление новых форматов бизнеса, которые предполагают организационные изменения бизнес-процессов, специфическую траекторию развития экономической деятельности людей креативных профессий – виртуальную занятость или экономику подработок в рамках решения проблемы безработицы.

**Основная часть.** Реализация интеллектуального потенциала работников определяется типом деятельности, основанной на производстве и использовании интеллектуальной собственности, и эффективно реализуется в сферах креативных индустрий. Впервые термин «креативные индустрии» был употреблен британским Министерством культуры, СМИ и спорта (DCMS) в «Документе о картировании креативных индустрий» (Creative Industries Mapping Document) в 1998 г., где упоминалось такие 13 отраслей, как архитектура, ремесла, исполнительские виды искусства, дизайн, интерактивное программное обеспечение, мода, рынок искусств и антиквариата, музыка, производство фильмов и видео, издательское дело, телевидение и радио, программные услуги, реклама [1].

В настоящее время среднегодовой доход креативных индустрий в странах трех крупнейших мировых рынков Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) составляет 33% рынка, или 743 млрд. долл., в Европе – 32%, или 709 млрд. долларов, в Северной Америке – 28% рынка, или 620 млрд. долл. Так, страны АТР специализируются на программном обеспечении, мультимедиа, 3D-технологиях, рекламе, СМИ, киберспорте и других интеллектуальных продуктах. Основой европейского рынка креативной индустрии являются сферы деятельности организаций в рамках исторического наследия, разных направлений в искусстве и моде. Североамериканский рынок креативной индустрии связан с расширением рынка креативных сервисов, медийных технологий и превышает показатели по числу потребителей цифрового культурного контента аналогичные показатели Европы и Азии в 1,8 раза [2].

В России понятие «творческие индустрии» впервые определяется в Указе Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808 «Основы государственной культурной политики» как «Творческие индустрии – компании, организации и объединения, производящие экономические ценности в процессе творческой деятельности, а также деятельности по капитализации культурных продуктов и их представлению на рынке. К сфере творческих индустрий относятся: промышленный дизайн и индустрия моды, музыкальная индустрия и индустрия кино, телевидение и производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство и средства массовой информации» [3]. Доля российской креативной индустрии на мировом рынке составляет

127 млрд. долл., что составляет 6% рынка и связана со сферой информационных технологий, программного обеспечения и компьютерных услуг, рекламой, маркетингом и издательской деятельностью. За период 2005 – 2015 гг. объем российского экспорта креативных индустрий увеличился в 2,15 раза с 5,63 до 12,10 млрд. долл. преимущественно за счет роста креативных услуг в таких отраслях как услуги ИКТ с 1,04 до 3,97 млрд долл., реклама, исследования рынков и опросы общественного мнения с 1,57 до 3,25 млрд. долл., архитектурные, инженерные и прочие технические услуги с 1,15 до 2,65 млрд. долл. Анализ показателей внешнеторговой деятельности РФ в сфере креативных индустрий, проведенный Н.А. Кавериной, А.И. Гретченко, А.А. Гретченко на основе динамики объемов экспорта, импорта и внешнеторгового сальдо, позволил выявить отрицательную динамику внешнеторгового сальдо в данной сфере и сделать выводы, что ввоз продуктов креативной индустрии ведет к заимствованию культуры других стран, с ее идеями и ценностями, что, в свою очередь, ставит под угрозу национальную идентичность, образ жизни большей части российской молодежи, придерживающейся западной системы ценностей [2].

Развитие креативной индустрии способствует реализации социально-экономического потенциала российских городов и регионов в таких направлениях, как создание и развитие инновационной среды, появление и развитие новых форм занятости, формирование дополнительных резервов для развития сельских территорий и моногородов, развитие инновационно-креативного сектора.

Для оценки потенциала городов России фонд Calvert 22 в партнерстве с PwCв России приступил к реализации пилотного проекта создания Индекса креативного капитала на основе анализа пяти блоков показателей [4]:

1) «креативные люди» (социально-демографические характеристики общества: открытость, толерантность, социальная активность);

2) «креативный город» (культурная, социальная, городская, научно-образовательная инфраструктура города);

3) «креативный бизнес» (показатели коммерциализации таланта представителей креативного общества, наличие и доступность соответствующей инфраструктуры);

4) «креативная власть» (показатели заинтересованности власти в развитии креативных индустрий);

5) «брендинг» (показатели восприятия города во внешней среде).

Целью исследования создатели Индекса креативного капитала ставили оценку потенциала наиболее динамичных городов России в контексте перспектив их экономической модернизации, туристической и инвестиционной привлекательности, вклад в муниципальный валовой продукт, стоимость креативных брендов, вклад в обеспечение занятости. Базой исследования в 2016 г. стали Воронеж, Екатеринбург, Казань, Краснодар, Москва, Нижний Новгород, Новосибирск, Санкт-Петербург, Тюмень, в 2017 г. к ним присоединились Великий Новгород, Владивосток, Калининград, Омск, Пермь, Уфа в 2018 г. включены Красноярск, Ростов-на-Дону, Самара, Ульяновск и Челябинск.

Под креативным капиталом создатели Индекса понимают особенности социального климата, культурного и образовательного ландшафта, институциональной инфраструктуры, информационного пространства, способствующие привлечению представителей креативных профессий и реализации их потенциала с учетом как глобальных трендов, так и региональной специфики. В фокусе Индекса находятся креативные индустрии, а также их взаимосвязь со сферой технологических инноваций, что позволяет говорить о едином инновационно-креативном секторе.

По итоговому индексу в тройку лидеров входят Москва (67,58 балла), Санкт-Петербург (67,2), Казань (56,17), замыкают рейтинг Уфа (43,17) и Омск (39,85 балла). Креативные индустрии наиболее развиты в Москве и Санкт-Петербурге, однако по отдельным показателям, как открытость власти предложениям бизнеса, лидирует Тюмень (71,67 балла), медиапредставленность города – Казань (87,15), образовательная среда – Тюмень (54,68), открытость людей – Владивосток (57,40 балла). Положение креативного класса высоко оценивается в Москве (70,42) и Санкт-Петербурге (68,53), Красно-

даре (68,79), Екатеринбурге (68,47) и Владивостоке (68,28 балла.). Жители Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска и Казани продемонстрировали высокую активность в рамках научно-образовательной деятельности. В Москве и Новосибирске лидерство гарантировало количество публикаций научных работ. Лидерство Казани и Санкт-Петербурга обеспечено большим количеством победителей в олимпиадах. Краснодар лидирует по числу фрилансеров, что можно объяснить изменением модели найма позицией работодателей в крае, которыена 90% увеличили предложениеудаленных вакансий[4].

Отличительные черты рынка креативной индустрии:

1) основной субъект на рынке – малый и часто индивидуальный бизнес;

2) рынок является благоприятной сферой для работы крупного промышленного капитала, особенно в IT-индустрии;

3) виртуализация профессиональной деятельности, расширение направлений интернет-бизнеса;

4) полигон для испытания различных моделей бизнеса;

5) изменение концепции работы и культуры труда;

6) интернационализация культурных рынков;

7) глобальный характер конкуренции.

Фриланс является частью процесса развития креативной индустрии и становления региональных, национальных и мировых рынков услуг свободно занятых работников, в связи с чем возрастает интерес к гибким и нестандартным форматам бизнеса [5]. Многие фрилансеры, занимающиеся своей деятельностью на постоянной основе, рассматривают ее как основу для предпринимательства и готовы инвестировать средства в собственное дело (Таблица 1) [6, 7].

Таблица 1

### Виды фриланса

Критерии классификации фриланса	Виды фриланса
Характер работы	– разовый, менее одного раза в неделю; – временный, более одного раза в неделю, но менее 90% рабочего времени; – постоянный, более 90% рабочего времени
По образу жизни	– реактивный, при котором специалисты, которые не могут найти постоянную работу в силу недостаточности квалификации, напряженности на рынке труда, семейных обстоятельств; – проактивный, при котором высококвалифицированные специалисты в динамично развивающихся отраслях с IT-технологиями, реализуют несколько проектов, часто за рамками одной компании
По месту нахождения	– на дому; – мобильный, нахождение за пределами своего рабочего места и вне дома по меньшей мере 10 часов в неделю; – в специальных центрах (телекоттеджи, коллаборации); – в малых офисах (коворкинг).

Фрилансеры осуществляют деятельность в сферах дизайна и графики в области создания и обработки изображений, разработки и поддержания веб-сайтов, копирайтинга и переводов, программирования, деловых услугах, включая рекламу, маркетинг, консалтинг, фотографии, аудио- и ви-

деосъемки имонтажа, инжиниринга, архитектуры, промышленного дизайна.

Особенности фриланса:

– профессиональная мобильность и независимая контрактная работа;

– краткосрочные отношения между работниками и компаниями;

- удаленность реализации проекта или заданий;
- использование цифровых платформ Uber, Airbnb, Upwork, Etsy;
- использование фриланс-бирж Weblancer, Freelance, FL.ru, Фрилансим и пр. [8];
- наличие digital-навыков, мышления в стиле agil (всегда иметь несколько сценариев), коммуникационных навыков;
- относительно высокая степень доверия между работником и работодателем.

Причинами ухода во фриланс становятся потребность в дополнительном заработке,

индивидуальные личностные особенности (ориентация на свободу деятельности, планирования, гибкий график, стремление самостоятельно распоряжаться своими способностями, нежелание работать на работодателя, неприятие подчинения или коллектива), сложившиеся обстоятельства (уход за членом семьи, потеря работы, проблемы с собственным здоровьем), стремление расстаться с традиционной работой в организации, стремление получить новый профессиональный опыт (Таблица 2).

Таблица 2

### Преимущества и недостатки фриланса для работника

Преимущества фриланса	Недостатки фриланса
<ul style="list-style-type: none"> <li>– свободный график работы;</li> <li>– сроки сдачи проекта определены;</li> <li>– затраты времени и средств на поездку на работу отсутствуют;</li> <li>– экономия средств на офисную одежду;</li> <li>– возможность самостоятельно определять проекты для работы и их количество;</li> <li>– свобода выбора и действий;</li> <li>– полная самостоятельная ответственность;</li> <li>– создание оптимального баланса между работой и свободным временем;</li> <li>– возможность совмещать работу и учебу;</li> <li>– отсутствие начальства и его контроля;</li> <li>– отсутствие подчиненности корпоративным правилам</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– социально-экономическая неопределенность и риски;</li> <li>– самостоятельный поиск проектов и планирование рабочего времени;</li> <li>– неравномерный доход;</li> <li>– приобретение программного обеспечения за собственные средства;</li> <li>– возможные ограничения предоставления банковских кредитов;</li> <li>– необходимость самостоятельно вести бухгалтерский учет и платить налоги;</li> <li>– отсутствие социальной защиты и льгот от компаний;</li> <li>– лишение корпоративной культуры;</li> <li>– ограниченные возможности карьерного роста;</li> <li>– сокращение социальных связей, снижающее социальное самочувствие группы;</li> <li>– проблемы своевременной оплаты виртуального труда работодателем</li> </ul>

Специфика и состояние молодежного рынка труда определяется социально-экономическим положением в стране и особенностями молодежи как особой социально-психологической группы, что способствует увеличению количества фрилансеров. Безработица среди молодежи в мае 2019 г., по данным Росстата, превышала общие показатели по рынку: 18,6% безработных молодых людей в возрасте до 25 лет против 5% безработных в других возрастных группах. По данным агентства HeadHunter в июне 2019 г. конкуренция за одно рабочее место

между молодыми людьми была 9,3 человека на одну вакансию против 5,6 человека на одну вакансию в целом на рынке труда [9].

Особенности молодежи должны быть учтены региональными центрами занятости молодежи и предприятиями при разработке кадровых стратегий, новых форматов взаимодействия работников и работодателей, в том числе с учетом преимуществ и недостатков фриланса как одной из форм привлечения творческой молодежи и реализации ее предпринимательской инициативы (Таблица 3).

Таблица 3

**Преимущества и недостатки фриланса для предприятия и государства**

Субъект	Преимущества фриланса	Недостатки фриланса
Работодатель	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сокращение затрат на выполнение проектов;</li> <li>– сокращение затрат на оплату труда внештатных работников и социальные выплаты им при расширении географии найма;</li> <li>– более выгодные условия найма работников;</li> <li>– экономия на офисных помещениях;</li> <li>– оплата по результату работы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности обеспечения информационной безопасности;</li> <li>– снижение уровня мониторинга за персоналом;</li> <li>– контроль за работой сотрудников;</li> <li>– низкая осознанность сотрудников и злоупотребление временем;</li> <li>– несовместимость культуры;</li> <li>– сложность с техническим обеспечением;</li> <li>– оппортунизм работников;</li> <li>– проблемы сохранности баз данных.</li> </ul>
Государство	<ul style="list-style-type: none"> <li>– повышение занятости населения в условиях ограничения спроса на наемный труд;</li> <li>– решение социальных проблем;</li> <li>– сокращение ежедневного транспортного потока и выброса углекислого газа в городах.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– теневая занятость и сокращение налоговых поступлений.</li> </ul>

Характеристики молодых людей поколений Y (годы рождения с 1981 по 2000 гг.) и Z (рожденные после 2000-х гг.), которые появились на свет в эпоху глобализации и бурного развития информационных технологий, оказывают влияние на реализацию стратегий их развития и формирование жизненных ценностей. Им присущи такие специфические характеристики, как жизнь настоящим по принципу «работа для того, чтобы жить, а не жить, чтобы работать», предпочтение физического и психологического комфорта. Они перфекционисты, творческие, изобретательные, амбициозные и дружелюбные, не боятся трудных задач и задавать вопросы, справляются с работой в режиме многозадачности, готовы участвовать в социальных проектах в сферах здоровья, охраны окружающей среды, спорта. Для них важны свобода передвижения, возможность работы в удаленном доступе, соответствующей их интересам и склонностям, он-лайн общение, семейные ценности дороже карьерного роста [10].

Анализ виртуальной занятости молодежи в возрасте от 18 до 35 лет, проведенный Д. В. Зайцевым, Н. И. Ловцовой, Я.Ю. Правкиной, В. В. Щерблановой в Приволжском, Центральном и Сибирском федеральных ок-

ругах России, показал положительную зависимость показателей занятости молодежи в интернет-пространстве и ее социальным статусом, степенью социальной мобильности ее представителей, преодолением социального неравенства, наличием сформировавшегося сообщества, что позволило им сделать вывод об институционализации виртуальной дистанционной занятости и ее профессионализации [11].

Молодое поколение больше вовлечено во фриланс-сообщество, где большая доля представителей приходится на людей с высшим образованием. Исследование академических, профессиональных, общественно-активных и рекреативных практик фрилансеров разных регионов, проведенное Е. Р. Ахметшиной, Т. В. Ключевой, О. В. Полетаевой, позволило выявить, что около 13% фрилансеров всех категорий и около 20% постоянно занимающихся фрилансом сотрудников свободно владеют английским и немецким языками. Занимаются совершенствованием и повышением уровня знания иностранного языка преимущественно молодое поколение, мобильное на рынке труда и ориентированное на взаимодействие с иностранными партнерами. В сфере IT-

технологий практически нет профессиональных фрилансеров старше 45 лет. При этом озабоченность исследователей вызвал факт невысокой активности фрилансеров-профессионалов в повышении квалификации по своей специальности, которое используют не более 7% работников в этой области [6].

В студенческой среде в сфере ИТ-технологий вовлечены в профессиональную деятельность методом фриланс 42% от числа студентов ИТ-специальностей. На основе исследования деятельности студентов-фрилансеров в Ульяновских вузах О. В. Шиняева, О. В. Полетаева выявили, что в структуре студентов-фрилансеров на постоянной основе трудятся 16%, разовой – 36%, временной – 48% студентов. Самые высокие оценки качеств личности у студентов-«фрилансеров» – это умения применять полученные знания, самоорганизация, самостоятельность, способность постоянно обучаться и склонность к риску, однако у них занижена оценка умения работать в команде [12].

Особенности креативной личности и особое восприятие процессов и мира могут двояко проявляться в профессиональной и личной жизни человека. С одной стороны, креативное мышление реализуется как остроумное решение проблемы, пронизательность, смелость взгляда, с другой стороны, может способствовать нарушению границ в межличностных отношениях, негативно отражаться на психологической атмосфере коллектива и сужении коммуникативного пространства [13]. Важными особенностями креативности являются иррациональность, одновременное обладание конвергентным и дивергентным типами мышления. Открытость опыту, любопытство и мечтательность способствуют созданию интеллектуального продукта за рамками общественных стерео-

типов и повышают мотивацию. Однако творческий процесс, предполагающий отход от групповых норм и правил, может негативно восприниматься в организациях, зачастую имеющих определенный регламент работы. Более того, стремление креативного сотрудника к самостоятельности, достижениям, индивидуальной работе, ответственности за ее реализацию может провоцировать конфликтные ситуации при работе в командах. Гипертрофированная чувствительность к происходящим событиям вплоть до повышенной тревожности являются характерными особенностями творческих личностей, которые могут проявляться во враждебной реакции к внешней критике.

**Заключение.** Повышение значимости креативной индустрии в экономической жизни России способствует развитию новых форматов занятости и реализации потенциала творческих людей, жизненными ценностями которых являются свобода самореализации, ответственность, профессиональный и личностный рост. Специфические черты креативной личности гармонично реализуются в деятельности фрилансеров, однако особую значимость приобретает проблема создания алгоритмов формирования креативных команд для реализации проектов компаний в силу развития ИТ-технологий и процессов цифровизации в профессиональной и повседневной жизни людей. Для повышения эффективности взаимодействия и решения проблемы коммуникации в креативной команде требуются создание фриланс-сообществ, вовлечения в них студенческой молодежи, региональных бирж заказов на проекты и курсы, обучающие навыкам работы в команде при реализации фриланс-проектов, подготовка законодательных документов, регулирующих деятельность фрилансеров.

#### Список литературы:

1. Хестанов Р. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17. № 3. С. 173–196.
2. Каверина Н. А. Современное развитие креативных индустрий в России (опыт столицы и регионов). // Вестник СГСЭУ. 2019. № 1 (75). С. 58–64
3. Основы государственной культурной полити-

#### References:

- 1.R. Hestanov. Creative industries – development models. *Sociologicheskoe obozrenie*. 2018. Vol. 17. No. 3. pp. 173–196 (in Rus)
2. N. Kaverina. Modern development of creative industries in Russia (experience of the capital and regions). *Vestnik SGSEU*. 2019. No. 1 (75). pp. 58–64 (in Rus)
3. Fundamentals of the state cultural policy. Availa-

- ки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/39208/page/1>
4. Индекс креативного капитала российских городов\_2018[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/publications/creative-capital-index.html>
5. Gilio C. Analyzing student contributions to innovative start-ups: an integrated approach. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2017. Vol. 237. pp. 1544–1550. (in Eng) <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.243>
6. Ахметшина Е. Р. Образ жизни и социальное самочувствие свободно занятых работников: межрегиональное сравнение. // Вестник московского университета. Сер. 18. Социология и политология. 2016. № 4. С. 172–193.
7. Малышев А. А. Эволюция практики удаленной работы в России и за рубежом. // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2018. № 3 (27). С. 33–40.
8. Конобеццев Ф. Д. Удаленная работа: технологии и опыт организации // Вестник университета. 2019. № 7. С. 9–17.
9. Подцероб М. Почему молодые специалисты почувствовали себя увереннее на рынке труда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2019/08/22/809341-molodie-spetsialisti>
10. Каравай И. Современная характеристика молодежного рынка труда в России с позиции поколенческого подхода // Проблемы теории и практики управления. 2019. № 1. С. 126–133.
11. Зайцев Д. В. Экономические и социально-управленческие аспекты виртуальных трудовых отношений современной российской. // Мир экономики и управления. 2018. Том 18. № 1. С. 159–168.
12. Шиняева О. В. Свободно занятые работники в социально-профессиональном пространстве: методология и методика исследования. // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2015. № 2(11). С. 148–152.
13. Федорова А. А. Связь креативности, ценностей и конфликтного поведения сотрудников // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2019. Т. 16. № 1. С. 191–203.
- ble at: <http://kremlin.ru/acts/bank/39208/page/1> (in Rus)
4. Creative capital index of Russian cities\_2018. Available at: <https://www.pwc.ru/ru/publications/creative-capital-index.html> (in Rus)
5. Gilio C. Analyzing student contributions to innovative start-ups: an integrated approach. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2017. Vol. 237. pp. 1544–1550. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.243>
6. E. Ahmetshina. Lifestyle and social well-being of freely employed workers: an inter-regional comparison // *Vestnik moskovskogo universiteta*. Vol. 18. *Sociologiya i politologiya*. No. 4. pp. 172–193 (in Rus)
7. A. Malyshev. The evolution of the practice of remote work in Russia and abroad. *Vestnik Sibirskogo institute biznesa i informacionnyh tekhnologij*. 2018. No. 3 (27). pp. 33–40 (in Rus)
8. F. Konobeccev. Remote work: technology and organization experience. *Vestnik universiteta*. 2019. No. 7. pp. 9–17 (in Rus)
9. M. Podcerob. Why young professionals felt more confident in the labor market. *Vedomosti*. Available at: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2019/08/22/809341-molodie-spetsialisti> (in Rus)
10. I. Karavaj. Modern characteristics of the youth labor market in Russia from the perspective of a generational approach. *Problemy teorii i praktiki upravleniya*. 2019. No. 1. pp. 126–133 (in Rus)
11. D. Zajcev. Economic and socio-managerial aspects of virtual labor relations of modern Russian youth. *Mir ekonomiki i upravleniya*. 2018. Vol. 18. No. 1. pp. 159–168 (in Rus)
12. O. Shinyaeva. Free workers in the social and professional space: research methodology. *Azimet nauchnyh issledovanij: pedagogika i psihologiya*. 2015. Vol. 2(11). pp. 148–152 (in Rus)
13. A. Fedorova. The relationship of creativity, values and conflict behavior of employees. *Psihologiya. Zhurnal Vysshej shkoly ekonomiki*. 2019. Vol. 16. No. 1. pp. 191–203 (in Rus)