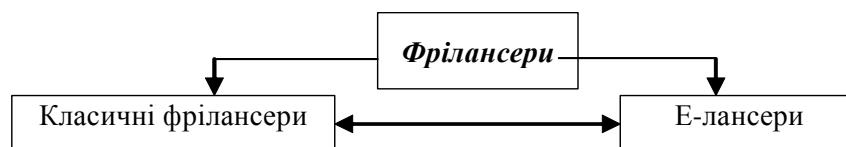


КЛАСИФІКАЦІЯ ФРІЛАНСЕРІВ ЗА СПОСОБОМ КОМУНІКАЦІЇ

© О.С. Скибінський, Н.Ю. Солярчук, 2012

Фріланс розвивається швидкими темпами в Україні, хоча в світі це поняття вже давно відоме. Однак фрілансери працюють використовуючи різноманітні засоби комунікації як в Україні, так і за кордоном. Тому пропонуємо класифікувати фрілансерів за способом комунікації.



Класифікація фрілансерів за способом комунікації

Фрілансер – це висококваліфікований професіонал, який не є найманою робочою силою та не наймає працівників, забезпечує виконання різноманітних проектів в межах своєї спеціалізації для широкого кола клієнтів не укладаючи трудових договорів чи довгострокових контрактів [1,2].

Класичні фрілансери – це фрілансери, які для роботи з клієнтами використовують різноманітні способи комунікації, окрім інтернету. У зв'язку з розвитком інтернет-комунікацій, кількість класичних фрілансерів постійно зменшується. Без використання всіх можливостей інтернет-комунікацій класичні фрілансери є обмеженими територіально, тому що не можуть працювати з клієнтами та надавати свої послуги на великій відстані і, відповідно, працюють переважно в межах свого населеного пункту та прилеглих територій. Також ускладнюється пошук нових клієнтів. Класичні фрілансери використовують для пошуку клієнтів такі методи як рекомендація знайомих та попередніх клієнтів, реклама.

Е-лансери – фрілансери, які отримують замовлення від клієнта, виконують його та передають клієнту за допомогою комп'ютера та інтернету. Е-лансери є найсучаснішою підгрупою фрілансерів, оскільки використовують новітні технології з метою пошуку клієнта, комунікації з ним, виконання замовленого проекту та передачі виконаного замовлення клієнту. Такий спосіб комунікації дозволяє максимально використовувати переваги міжнародної співпраці, знаходити високооплачувані проекти на іноземних інтернет-біржах праці тощо. Клієнт оплачує замовлення після його виконання, хоча іноді е-лансери та клієнти домовляються про оплату частинами, щоб вберегти себе від відмови оплати чи не належного виконання проекту. Наприклад, роботу над проектом розділяють на етапи (блоки) і клієнт оплачує кожен етап окремо по мірі його виконання. Серед найпоширеніших напрямів роботи е-лансерів можна виділити такі:

- робота з текстами, копірайтинг, журналістика;
- інтернет-реклама і просування сайтів;
- робота з графікою, дизайном, ілюстраціями;
- програмування, обслуговування комп'ютерів і мереж;
- робота з перекладами, іноземними текстами тощо.

Також можливе поєднання попередніх двох видів, оскільки частина фрілансерів використовує у роботі частково засоби інтернет-комунікації, але частково спілкується з клієнтом особисто і не передає виконаний проект через інтернет. Ще залишаються деякі напрями роботи, які не можливо або неефективно виконувати та передавати за допомогою інтернету. До них можна віднести репетиторів, які за допомогою інтернету шукають клієнтів, але надають свої послуги безпосередньо працюючи з клієнтом.

1. Mill Roy. *Hiring and Learning in Online Global Labor Markets* [Електронний ресурс] / Mill Roy // *Working Paper*. – October, 2011. – No. 11-17. – P. 1-25. Режим доступу: http://www.netinst.org/Mill_11_17.pdf. 2. Kitching J. *Defining and estimating the size of the UK freelance workforce* [Електронний ресурс] / J. Kitching, D. Smallbone // *A Report for the Professional Contractors Group*. – October, 2008. – P.v-x1-46. Режим доступу: http://www.pcg.org.uk/cms/documents/POLICY_AND_CAMPAGNS/research/Defining_and_estimating_the_size_of_the_freelance_workforce-FULL_REPORT.pdf