

КиберБарин

ЗАРАБОТОК В ИНТЕРНЕТЕ:

практическое руководство

Реальные способы заработка онлайн:
от первого дохода до собственного бизнеса



- ✓ НАВЫКИ
- ✓ АУДИТОРИЯ
- ✓ ПРОДУКТ
- ✓ КЛИЕНТЫ
- ✓ ДОХОД



НАВЫКИ



АУДИТОРИЯ



ПРОДУКТ



КЛИЕНТЫ



ДОХОД

БЕЗ
ИЛЛЮЗИЙ.
ТОЛЬКО
ПРАКТИКА

КиберБарин КиберБарин

Заработок в интернете:

практическое руководство

<https://litres.ru/74356798>

SelfPub; 2026

Аннотация

Перед вами практическое руководство для тех, кто хочет получать доход с помощью интернета и разобраться, какие возможности действительно работают в российских условиях. В книге подробно разобраны десятки моделей: от фриланса, удалённой работы и продажи собственных навыков до создания контента, цифровых и физических товаров, сайтов, агентств, SaaS-сервисов и собственного интернет-бизнеса.

Книга помогает не просто выбрать способ заработка, но и понять его экономику: где искать клиентов, как формировать цену, считать прибыль, работать легально, использовать ИИ и автоматизацию, создавать аудиторию и превращать её в источник дохода. Отдельное внимание уделено распространённым схемам, которые выглядят как заработок, но на деле приводят к потере денег и времени.

Главная идея книги проста: в интернете нет волшебной кнопки, которая превращает человека в миллионера, но есть

множество реальных способов превратить свои навыки, знания, время, аудиторию или капитал в доход.

Содержание

1. Что вообще значит «зарабатывать в интернете»	15
Интернет сам по себе денег не создает	17
Пять вещей, которые можно продавать через интернет	18
Продажа времени	19
Продажа навыка	21
Продажа результата	22
Продажа товара	24
Продажа аудитории	26
Эти модели можно комбинировать	27
Активный, полуактивный и пассивный доход	29
Активный доход	29
Полуактивный доход	30
Пассивный доход	31
Почему «пассивный доход без усилий» почти всегда миф	33
Сколько реально можно заработать	35
Первый этап: первые деньги	35
Второй этап: регулярный дополнительный доход	36
Третий этап: профессиональный доход	36
Четвертый этап: масштабирование	37

Почему нельзя обещать конкретный доход	38
Как отличить бизнес-модель от инфобизнеса вокруг бизнес-модели	40
Главный принцип интернет-заработка	43
2. Юридическая специфика интернет-заработка в России	45
Как россиянин может получать деньги через интернет	47
Банковская карта	49
СБП	50
Электронные деньги	51
Нужно ли становиться самозанятым?	52
Ограничения самозанятости	53
Самозанятый – это не «человек без налогов»	55
А если доход становится больше?	56
Важное изменение 2026 года: НДС	58
Патент	59
А можно просто быть физическим лицом?	60
Где проходит граница между подработкой и бизнесом?	61
Договоры с клиентами	62
Авторские права: «нашел в интернете» не значит «можно использовать»	64
Особая проблема – контент, созданный сотрудниками и подрядчиками	66
Персональные данные	68

Согласие пользователя – не универсальная бумага	70
Реклама в интернете	71
Что такое маркировка рекламы	72
Не вся коммерческая публикация является рекламой	73
Российские сервисы: зачем знать альтернативы	74
Почему нельзя строить весь бизнес на одном сервисе	76
Главные юридические риски интернет-предпринимателя	78
Как работать легально и не превратить жизнь в бухгалтерию	80
Не нужно бояться налогов	82
Но и регистрировать ИП «на всякий случай» не нужно	83
Главное правило: сначала понять экономику, потом оптимизировать налоги	84
Интернет-бизнес – это обычный бизнес, только с цифровыми инструментами	85
3. Самый простой старт: продать собственный навык	88
Почему продажа навыка – хороший первый шаг	90
Главная ошибка: продавать навык вместо	92

результата	
Копирайтинг	94
Рерайтинг и редактура	96
Переводы	98
Дизайн	100
Монтаж видео	102
Программирование	104
Верстка	106
Работа с таблицами и данными	107
Создание презентаций	109
Озвучка	111
Репетиторство	112
Консультации	113
Виртуальный ассистент	115
Администрирование сообществ	117
Самое важное: навык еще не является услугой	118
Как найти навык, который можно продать	120
Необязательно быть лучшим	122
Как создать первое предложение	123
Сколько брать за работу	124
Не надо сразу стремиться к максимальной цене	126
Портфолио можно создать до первого клиента	127
Первый клиент важнее десяти курсов	129
Как найти первых клиентов	130
Первый клиент может находиться совсем	131

рядом	
Как превратить разовый заказ в постоянного клиента	132
Специализация повышает стоимость	133
Как использовать искусственный интеллект	134
Но нельзя продавать клиенту «работу нейросети»	136
Навык можно превратить в систему	137
Что делать, если навык кажется слишком простым	138
Что делать, если навыка вообще нет	140
Самое важное ограничение продажи навыка	141
Универсальная формула превращения навыка в деньги	143
Самый простой старт – не обязательно самый маленький заработок	145
4. Фриланс как первая интернет-карьера	147
FL.ru	150
Kwork	151
Workzilla и другие площадки	152
ВКонтакте и тематические сообщества	153
Знакомые и бывшие коллеги	157
Как составить портфолио без опыта	158
Главное правило	159
Портфолио должно объяснять вашу пользу	160
Как написать первое предложение заказчику	161

Не нужно писать «готов выполнить задание любой сложности»	162
Не нужно рассказывать всю биографию	163
Как определить цену	164
Считать нужно не только время выполнения	165
Проектная оплата	167
Самая опасная фраза: «А давайте еще вот это»	168
Как получить первые отзывы	169
Как попросить об отзыве	170
Почему демпинг – плохая стратегия	171
Что делать вместо демпинга	172
Почему постоянный клиент выгоднее нового	174
Как сделать так, чтобы клиент возвращался	175
Профессионализм – это не только качество результата	176
Как избежать мошенников	177
Никогда не сообщайте данные карты для «получения оплаты»	178
Осторожно с файлами и программами	179
Предоплата: когда она разумна	180
Техническое задание защищает фрилансера	181
Не делайте большую бесплатную тестовую работу	182
Как распознать подозрительно выгодный заказ	183
Когда стоит уходить с биржи	184

Идеальная схема развития	185
Фриланс – это не жизнь на бирже	187
5. Удалённая работа	189
Почему удалённая работа имеет смысл	190
рассматривать отдельно	
Какие профессии особенно подходят для удалёнки	191
Программирование и разработка	191
Дизайн	192
Работа с текстами	192
Маркетинг и реклама	193
Продажи	194
Поддержка клиентов	194
Аналитика и работа с данными	195
Административная работа	195
Где искать удалённые вакансии	197
Как искать на сайте вакансий	198
Удалённая вакансия и «работа на дому» – не одно и то же	199
Как отличить настоящую вакансию от подозрительной	201
Как подготовить резюме для удалённой работы	202
Что особенно важно указать для удалённой работы	203
Не нужно писать «умею работать удалённо»	204

Как проходить онлайн-собеседование	205
Лучше использовать компьютер, а не телефон	206
Проверьте звук	206
Как отвечать на вопрос «Почему хотите работать удалённо?»	207
Главная проблема удалённой работы:	208
самостоятельность	
Как показать это на собеседовании	209
Работа из другого города	210
Часовые пояса	211
Нужно ли сообщать работодателю город проживания	212
Удалённая работа не обязательно означает свободный график	213
Можно ли работать одновременно на несколько компаний	214
Совместительство	215
Почему «пять удалённых работ одновременно» – плохая идея	216
Более разумная модель: работа плюс небольшой дополнительный доход	218
Удалённая работа как школа бизнеса	219
Как перейти от сотрудника к самостоятельной работе	220
Когда имеет смысл уходить из найма	221
Главная ошибка при переходе в бизнес	222

Удалённая работа и собственный продукт	223
Но нельзя красть идеи и данные работодателя	224
Как использовать удалённую работу максимально эффективно	225
Удалённая работа подходит не всем	226
Как не превратить квартиру в офис	227
Удалённая работа как промежуточная ступень	228
Самое главное	229
6. ИИ как новый инструмент заработка	231
ИИ не отменяет навык, а меняет его	234
Но ИИ всё ещё ошибается	236
ИИ плохо понимает ответственность	237
Тексты: самый очевидный пример	237
Что теперь может продавать автор	239
ИИ особенно полезен на черновом этапе	240
Изображения	241
Где возникает ценность дизайнера	242
Видео	243
Музыка и звук	245
Программирование	246
Но программист всё ещё нужен	247
Анализ данных	248
Исследования	249
Исследователь с ИИ	250
Автоматизация бизнеса	251
Самая сильная услуга: автоматизация	252

конкретной боли

ИИ-агенты

253

Конец ознакомительного фрагмента.

254

КиберБарин

Заработок в интернете: практическое руководство

Заработок в интернете: практическое руководство

Данная книга является ознакомительной, не является публичной офертой, может содержать ошибки и неточности. Автор не несет ответственности за действия и их результат у читателей после прочтения.

1. Что вообще значит «зарабатывать в интернете»

Когда говорят «зарабатывать в интернете», у разных людей в голове возникают совершенно разные картины. Для одного это несколько тысяч рублей за выполнение небольших заданий. Для другого – работа программистом из дома. Для третьего – ведение канала, интернет-магазин или продажа собственного курса. Кто-то представляет себе сайт, который приносит деньги от рекламы, а кто-то – успешного предпринимателя, который получает миллионы, практически ничего не делая.

Все эти варианты действительно существуют. Но между ними огромная разница.

Одни способы позволяют просто обменивать свое время на деньги. Другие требуют профессиональных навыков. Третьи предполагают создание собственного бизнеса. В одних случаях можно начать практически без вложений, в других потребуются десятки или сотни тысяч рублей. Где-то первые деньги можно получить через несколько дней, а где-то придется несколько месяцев работать практически без дохода, прежде чем появится результат.

Поэтому начинать разговор об интернет-заработке лучше не с вопроса «где заработать?», а с другого: **за что именно**

люди готовы платить деньги в интернете?

Ответ на этот вопрос гораздо важнее списка сайтов, сервисов и «секретных способов заработка».

Интернет сам по себе денег не создает

Это кажется очевидным, но именно об этом часто забывают.

Интернет – это прежде всего инфраструктура. Он позволяет найти клиента, показать ему товар, получить заказ, провести консультацию, доставить цифровой продукт, принять оплату, организовать работу сотрудников и автоматизировать огромное количество процессов.

Но сам по себе интернет не является источником денег.

Деньги появляются потому, что один человек или организация готовы заплатить другому за что-то полезное.

Можно написать статью, сделать логотип, настроить рекламу, разработать программу, продать книгу, обучить иностранному языку, привезти товар, дать консультацию или привлечь покупателей в чужой бизнес. Во всех этих случаях интернет лишь делает взаимодействие между продавцом и покупателем удобнее.

Поэтому практически любой интернет-заработок можно свести к нескольким базовым моделям.

Пять вещей, которые можно продавать через интернет

Упрощенно можно сказать, что человек в интернете продает одну или несколько из пяти вещей: **свое время, свои навыки, готовый результат, товар или доступ к аудитории.**

На практике эти категории часто смешиваются, но такое разделение очень удобно для понимания экономики.

Продажа времени

Это самая простая модель.

Человек получает деньги за то, что посвящает определенное количество времени работе.

Например, оператор отвечает на сообщения клиентов, специалист поддержки находится на связи определенное количество часов, виртуальный ассистент выполняет поручения работодателя, репетитор проводит урок, а сотрудник удаленной компании работает обычный восьмичасовой день из дома.

В этой модели интернет фактически заменяет офис или позволяет работать с клиентом, который находится в другом городе.

Главное ограничение здесь очевидно: **у человека ограниченное количество времени.**

Если за час работы платят 500 рублей, то теоретический максимум при восьми часах работы в день и 22 рабочих днях составляет 88 000 рублей в месяц. На практике эта сумма будет ниже из-за перерывов, поиска работы, административных задач, выходных и других расходов времени.

Чтобы значительно увеличить доход, человеку придется либо повышать стоимость часа, либо переходить к другой модели.

Продажа времени – не обязательно плохой вариант. На-

оборот, для начинающего человека это часто самый простой способ получить первые деньги. Проблема возникает тогда, когда человек годами остается в модели, где его доход почти полностью зависит от количества отработанных часов.

Продажа навыка

Следующий уровень – продажа не просто времени, а квалификации.

Например, два человека могут потратить на одну задачу по три часа. Но один получит за нее 1 500 рублей, а другой – 10 000.

Почему?

Потому что клиент платит не только за потраченное время. Он платит за способность решить проблему.

Опытный дизайнер быстрее создает хороший макет. Опытный программист быстрее находит ошибку. Опытный бухгалтер лучше ориентируется в сложной ситуации. Опытный рекламный специалист понимает, как привлечь клиентов. Профессиональный редактор может за несколько часов исправить текст, который автор самостоятельно пытался улучшить несколько дней.

Таким образом, стоимость специалиста определяется не только количеством часов, проведенных за компьютером.

Чем более редким, сложным и востребованным является навык, тем выше потенциальная стоимость работы.

Именно поэтому один из самых надежных способов увеличения дохода в интернете – **становиться более ценным специалистом.**

Продажа результата

Еще более интересная модель возникает тогда, когда клиент покупает не время и даже не навык, а конкретный результат.

Например:

сайт за 80 000 рублей;

рекламная кампания за 50 000 рублей;

монтаж десяти видеороликов за 30 000 рублей;

подготовленный комплект документов;

настроенная система автоматизации;

готовая презентация;

разработанное приложение;

написанная книга;

проведенный курс.

Клиенту зачастую совершенно неважно, сколько часов исполнитель потратил на выполнение работы.

Если специалист способен сделать качественный сайт за четыре дня, а его конкурент делает такой же сайт за три недели, это не означает, что первый должен получать меньше.

Напротив, его высокая производительность может стать конкурентным преимуществом.

Именно здесь появляется очень важный переход: **человек начинает зарабатывать не за количество проведенных за компьютером часов, а за ценность создан-**

ного результата.

Это один из ключевых шагов от обычной удаленной работы к предпринимательству.

Продажа товара

Следующая модель – продажа материальных или цифровых товаров.

В России это может быть интернет-магазин, торговля через маркетплейсы, собственное производство, перепродажа товаров, изготовление продукции под заказ или продажа цифровых продуктов.

В случае физического товара цепочка обычно выглядит примерно так:

производитель → продавец → покупатель.

Интернет позволяет существенно сократить расстояние между продавцом и покупателем.

Человек может найти поставщика, разместить предложение, получить заказ, организовать доставку и получить оплату, практически не имея собственного обычного магазина.

Но здесь важно понимать одну вещь: оборот интернет-магазина и заработок его владельца – совершенно разные показатели.

Если предприниматель продал товаров на миллион рублей, это вовсе не означает, что он заработал миллион.

Из выручки придется вычесть закупочную стоимость, комиссию площадки, доставку, хранение, рекламу, налоги, возвраты, упаковку, зарплаты сотрудников и множество других расходов.

Поэтому интернет-торговля может быть очень прибыльной, но она требует гораздо более внимательного отношения к экономике бизнеса, чем может показаться со стороны.

Продажа аудитории

Наконец, существует модель, в которой человек создает и удерживает аудиторию.

Это блогер, автор канала, владелец тематического сайта, создатель видеоканала, подкаста или другого медиапроекта.

Здесь товаром становится не столько сам контент, сколько **внимание людей.**

Если человек регулярно собирает вокруг себя десятки или сотни тысяч заинтересованных пользователей, у этой аудитории появляется экономическая ценность.

Например, рекламодатель может заплатить за размещение рекламы. Автор может предложить собственный товар или услугу. Можно использовать партнерские программы, подписку, платный контент и другие модели монетизации.

При этом важно понимать: большая аудитория не гарантирует большой доход.

Можно иметь несколько сотен тысяч подписчиков и практически ничего не зарабатывать. А можно иметь несколько тысяч очень заинтересованных читателей в узкой профессиональной теме и получать с них существенный доход.

Здесь работает простой принцип: **ценность аудитории определяется не только ее размером, но и тем, насколько хорошо она совпадает с тем, что вы продаете.**

Эти модели можно комбинировать

В реальной жизни редко встречается абсолютно чистая модель.

Допустим, человек создает МАХ-канал о ремонте автомобилей.

Сначала он просто публикует полезные материалы. Затем получает рекламные предложения. Потом начинает продавать собственные консультации. Затем выпускает электронную книгу. После этого может открыть магазин автотоваров или создать платное сообщество.

Один и тот же человек последовательно превращает:
знания → контент → аудиторию → услуги → товары → собственный бизнес.

Именно поэтому вопрос «какой способ заработка в интернете самый лучший?» не имеет универсального ответа.

Для человека без опыта оптимальным может оказаться фриланс.

Для специалиста с десятью годами профессионального опыта – консультации.

Для человека с предпринимательскими способностями – торговля.

Для хорошего автора – создание медиапроекта.

Для программиста – разработка цифрового продукта.

Для человека, который умеет организовывать других, –

агентский бизнес.

Задача заключается не в поиске магического способа заработка, а в том, чтобы определить, **какие ресурсы уже есть у вас и какую модель на их основе можно построить.**

Активный, полуактивный и пассивный доход

Еще одна популярная классификация делит доход на активный, полуактивный и пассивный.

Она полезна, но только если понимать ее правильно.

Активный доход

Активный доход напрямую зависит от того, работаете ли вы сейчас.

Вы перестали работать – доход прекратился.

Так происходит с обычной удаленной работой, большинством фриланс-заказов и индивидуальными консультациями.

Провели десять занятий – получили оплату за десять занятий.

Не провели ни одного – ничего не заработали.

Преимущество такой модели в простоте.

Не нужно создавать большую аудиторию, запускать сложный бизнес или вкладывать крупные суммы. Есть востребованный навык – можно искать заказчика и получать деньги.

Для начинающего человека это зачастую лучший вариант.

Но у активного дохода есть потолок.

Нельзя бесконечно увеличивать количество рабочих ча-

Полуактивный доход

Полуактивным можно назвать доход, при котором первоначально требуется значительная работа, но после создания системы она продолжает приносить деньги с меньшим участием владельца.

Например, человек создал образовательный курс.

На создание курса ушли месяцы: нужно подготовить программу, записать материалы, оформить сайт, организовать продажи, отвечать на вопросы клиентов.

После запуска каждый новый покупатель уже не требует создания курса заново.

Но это не означает полного отсутствия работы.

Нужно обновлять материалы, заниматься рекламой, поддержкой, продажами, техническими вопросами и развитием продукта.

То же самое касается сайта, канала, приложения, интернет-магазина и многих других проектов.

Человек построил систему, которая способна работать без его постоянного непосредственного участия, но **система все равно требует управления.**

Пассивный доход

В строгом смысле пассивный доход – это доход, который человек получает практически без текущего участия в создании результата.

Наиболее очевидный пример – проценты по банковскому вкладу.

Человек размещает деньги, а банк выплачивает ему проценты.

Другой пример – доход от некоторых финансовых активов.

Но здесь возникает принципиальный вопрос: **откуда взялся капитал?**

Если человек получает 10 000 рублей в месяц от капитала, это не значит, что он создал источник дохода из ничего. Он сначала должен был накопить или получить капитал, который теперь работает вместо него.

В интернет-бизнесе ситуация сложнее.

Сайт, который приносит деньги от рекламы, кажется пассивным. Но его кто-то создал, наполнил материалами, продвинул в поиске и продолжает поддерживать.

YouTube-канал может приносить деньги со старых видео. Но для того чтобы старые видео вообще появились и начали собирать просмотры, автор потратил огромное количество времени.

Электронная книга может продаваться годами после публикации. Но сначала ее нужно написать, отредактировать, оформить и продвинуть.

Поэтому правильнее говорить не «пассивный доход», а **доход от ранее созданного актива**.

Это гораздо точнее.

Почему «пассивный доход без усилий» почти всегда миф

Одна из самых устойчивых идей в интернете звучит примерно так:

Создайте один раз источник дохода, а потом деньги будут приходить сами.

В отдельных случаях это действительно происходит. Но почти всегда за красивой картиной скрывается огромное количество первоначальной работы.

Представим человека, который решил создать сайт.

Он покупает домен, делает сайт, пишет сто статей, оптимизирует их, привлекает посетителей, подключает рекламу и начинает получать первые деньги.

Через год сайт действительно может приносить доход почти без ежедневного участия владельца.

Но если посмотреть на весь путь целиком, получается совсем другая картина.

Сначала человек инвестировал собственное время.

Затем создал актив.

Затем актив начал приносить деньги.

А затем его нужно поддерживать.

Это принципиально важное различие.

Пассивным становится не процесс создания ценности, а часть последующего дохода от уже созданной

ценности.

Поэтому практически любой «пассивный интернет-доход» можно представить как цепочку:

труд → создание актива → продвижение → получение дохода → поддержание актива.

Иногда первый этап занимает неделю. Иногда – несколько лет.

Чем привлекательнее обещание «получать деньги без работы», тем внимательнее стоит изучить, где именно в этой схеме спрятан труд.

Если вам говорят, что труд отсутствует вообще, обычно оказывается, что заработать предлагают не на самом бизнесе, а на продаже вам информации о нем.

Сколько реально можно заработать

Это один из самых сложных вопросов.

Проблема в том, что ответ «от нуля до нескольких миллионов рублей» формально правильный, но практически бесполезный.

Гораздо разумнее рассматривать несколько этапов.

Первый этап: первые деньги

Для новичка главная цель – не заработать 100 000 рублей, а **доказать себе, что кто-то действительно готов платить за вашу работу.**

Это может быть 500 рублей, 2 000 рублей или 10 000 рублей.

Первая оплата имеет огромное значение.

До нее человек рассуждает теоретически:

«Я могу писать тексты».

После нее появляется совершенно другое понимание:

«За мой текст действительно заплатили».

Дальше задача состоит в том, чтобы повторить результат.

Второй этап: регулярный дополнительный доход

После нескольких первых заказов можно попытаться превратить случайные поступления в регулярный доход.

Например, специалист получает несколько постоянных клиентов и начинает зарабатывать дополнительно 20–50 тысяч рублей в месяц.

Для кого-то это уже существенная сумма.

Другой человек может превратить такую деятельность в основной заработок.

Здесь нет универсальной цифры: все зависит от профессии, квалификации, количества времени и способности находить клиентов.

Третий этап: профессиональный доход

Когда специалист набирает опыт, повышает цены и начинает работать с более сложными задачами, доход может стать сопоставимым или выше зарплаты квалифицированного сотрудника.

На этом этапе уже особенно важны специализация, репутация и качество работы.

Человек перестает конкурировать по принципу «кто дешевле выполнит заказ» и начинает продавать конкретную

экспертизу.

Четвертый этап: масштабирование

Следующий шаг – перестать выполнять всю работу самостоятельно.

Можно нанять помощника, создать команду, автоматизировать часть процессов, сделать продукт или перейти к агентской модели.

Именно здесь потенциальный доход начинает значительно меньше зависеть от количества часов самого владельца.

Но одновременно растут риски.

Теперь нужно уметь не только выполнять работу, но и продавать ее, управлять людьми, контролировать деньги и принимать предпринимательские решения.

Почему нельзя обещать конкретный доход

В книгах об интернет-заработке часто встречается формула:

«Через три месяца вы будете зарабатывать 100 000 рублей в месяц».

К таким обещаниям нужно относиться крайне осторожно.

Доход зависит как минимум от:

выбранной модели;

квалификации;

количества времени;

качества работы;

способности находить клиентов;

конкуренции;

региона;

стоимости услуг;

первоначального капитала;

умения продавать;

способности удерживать клиентов;

экономической ситуации.

Два человека могут начать одновременно и через год иметь совершенно разные результаты.

Один заработает 20 000 рублей в месяц, другой – 200 000.

И это не обязательно означает, что один из них попал в

«правильную схему», а второй – нет.

Поэтому разумнее говорить не о гарантированном доходе, а о **потенциале конкретной модели и условиях, при которых этот потенциал может быть реализован**.

Как отличить бизнес-модель от инфобизнеса вокруг бизнес-модели

Это особенно важно для человека, который только начинает интересоваться интернет-заработком.

В интернете постоянно продаются:

курсы по заработку;

марафоны;

наставничество;

клубы;

закрытые каналы;

«секретные схемы»;

инструкции по поиску клиентов;

программы по запуску бизнеса.

Само по себе это не является мошенничеством.

Хороший образовательный продукт может действительно помочь быстрее получить необходимые знания.

Проблема начинается тогда, когда **основной источник дохода автора – продажа обещания заработка, а не описываемая им бизнес-модель.**

Представим, что человек рассказывает о заработке на создании сайтов.

Первый вопрос:

Он сам зарабатывает преимущественно на создании сайтов или преимущественно на продаже курсов

о создании сайтов?

Если второе – это уже совершенно другая модель бизнеса.

Она может быть совершенно легальной и прибыльной, но читателю важно понимать, что он покупает не «готовый заработок», а информацию.

То же самое относится к курсам о маркетплейсах, блогинге, инвестициях, рекламе, торговле и практически любой другой сфере.

Есть простой тест.

Если убрать продажу обучения, останется ли бизнес?

Предположим, человек утверждает, что зарабатывает на интернет-магазинах.

Если завтра он перестанет продавать курсы, но продолжит получать прибыль от своего магазина, перед нами действительно предприниматель, который дополнительно монетизирует экспертизу.

Если же убрать курсы – и исчезнет практически весь его доход, ситуация совсем другая.

Это не обязательно делает его плохим человеком или мошенником. Но его реальная бизнес-модель – **образовательный бизнес**, а не тот способ заработка, которому он обучает.

Второй признак – необычайная простота

Реальный бизнес почти всегда имеет неприятные стороны.

У интернет-магазина есть возвраты.

У фрилансера есть сложные клиенты.

У блогера есть месяцы с низкими просмотрами.

У программиста бывают ошибки.

У автора курса возникают вопросы покупателей.

У сайта бывают проблемы с трафиком.

У предпринимателя появляются налоги, комиссии, расходы и конкуренты.

Если вам показывают модель, в которой нет ни одной проблемы, это повод насторожиться.

Третий признак – акцент на доходе вместо процесса

Фотография автомобиля, скриншот банковского приложения и рассказ о том, сколько автор заработал за неделю, ничего не говорят о самой экономике бизнеса.

Гораздо полезнее спросить:

Кто платит? За что? Почему он платит? Сколько стоит привлечение клиента? Какие расходы? Какая остается прибыль? Что произойдет, если конкуренты скопируют модель?

Чем конкретнее ответы на эти вопросы, тем больше это похоже на настоящий бизнес.

Главный принцип интернет-заработка

Если отбросить рекламу, модные слова и многочисленные «секретные схемы», практически любой устойчивый заработок в интернете строится вокруг одной простой конструкции:

есть человек или организация с проблемой → вы способны решить эту проблему → решение имеет для клиента ценность → клиент готов за него платить.

Можно продавать свое время.

Можно продавать знания.

Можно продавать результат.

Можно продавать физический товар.

Можно продавать цифровой продукт.

Можно собирать аудиторию и предоставлять доступ к ее вниманию рекламодателям.

Можно построить систему, в которой другие люди выполняют работу вместо вас.

Но в основе всегда находится **создание ценности**.

И это, пожалуй, самое полезное понимание, которое стоит вынести из первой главы.

Не существует отдельного магического «заработка в интернете».

Есть обычная экономика, которая получила цифровую

инфраструктуру.

Интернет позволил одному человеку работать с большим количеством клиентов, продавать товары без обычного магазина, распространять цифровой продукт практически без затрат на каждую дополнительную копию, находить покупателей через контент и автоматизировать процессы, которые раньше требовали целой компании.

Именно поэтому возможностей действительно стало больше.

Но вместе с ними стало больше и конкуренции.

Человек, который хочет начать зарабатывать через интернет, конкурирует уже не только с людьми из соседнего города. Он конкурирует со всеми специалистами, которые способны предложить клиенту сопоставимый результат.

Поэтому устойчивый интернет-заработок начинается не с вопроса: **«Где здесь легкие деньги?»**

А с гораздо более практичного вопроса: **«Какую проблему я умею решать и кому она настолько важна, чтобы заплатить мне за ее решение?»**

Ответ на него и будет первым шагом к настоящему заработку в интернете.

2. Юридическая специфика интернет-заработка в России

Интернет может создавать впечатление полной свободы.

Зарегистрировал канал, разместил объявление, договорился с клиентом, получил деньги на карту – и вроде бы на этом все.

С точки зрения закона ситуация устроена иначе.

Если человек регулярно получает деньги за свои товары, работы или услуги, это уже не просто «сидеть в интернете». Возникают вопросы о налогах, оформлении отношений с клиентами, чеках, рекламе, персональных данных, авторских правах и иногда о необходимости регистрации бизнеса.

При этом российское законодательство вовсе не требует от каждого человека, который решил подработать через интернет, немедленно создавать сложную фирму с бухгалтером и несколькими расчетными счетами.

Для большинства начинающих интернет-предпринимателей существуют достаточно простые легальные варианты.

Главное – понимать, **какой именно деятельностью вы занимаетесь и в какой момент она перестает быть обычной подработкой и становится полноценным предпринимательством.**

Сразу оговоримся: законодательство меняется, поэтому

конкретные ставки, лимиты и требования перед началом серьезной деятельности необходимо проверять по актуальным материалам ФНС и другим официальным источникам. Ниже мы рассматриваем правила, действующие в 2026 году.

Как россиянин может получать деньги через интернет

С технической точки зрения способов получить оплату сегодня достаточно много.

Самые распространенные:

банковская карта;

перевод на банковский счет;

Система быстрых платежей;

оплата по QR-коду;

платежная форма на сайте;

электронные деньги;

платежи через интернет-магазины и маркетплейсы;

другие безналичные способы расчетов.

Система быстрых платежей Банка России позволяет использовать переводы по номеру телефона, оплату по QR-коду и интернет-платежи; в национальной платежной системе отдельно выделяются операции между физическими лицами и платежи физических лиц в пользу организаций и предпринимателей.

Для начинающего специалиста это означает довольно простую вещь: **получить деньги от клиента технически обычно не проблема.**

Проблема заключается в другом: как правильно оформить этот доход.

И здесь важно не путать две совершенно разные вещи: способ получения денег и правовой статус получения денег.

Если заказчик перевел вам 30 000 рублей на карту, сам по себе банковский перевод не превращает эту сумму ни в зарплату, ни в подарок, ни в законный доход от предпринимательской деятельности.

Для государства важно экономическое содержание операции.

Если вы сделали клиенту сайт и получили за него 30 000 рублей, это доход от выполненной работы независимо от того, пришли деньги:

- на карту;

- через СБП;

- на счет;

- через платежный сервис.

Поэтому распространенная логика «если клиент просто перевел деньги на карту, налог платить не надо» – ошибочна.

Банковская карта

Человек может сказать:

«Я не оформлен как предприниматель, поэтому просто дам клиенту номер своей карты».

Но карта – это всего лишь инструмент доступа к банковскому счету.

Она не меняет природу сделки.

Более того, регулярные поступления, особенно от большого количества разных лиц, могут вызвать вопросы не только у налоговой, но и у банка.

Поэтому использовать личную карту для получения денег от клиентов в качестве постоянной бизнес-модели – плохая идея.

Это не означает, что любой перевод на карту является коммерческим доходом.

Люди постоянно переводят друг другу деньги: возвращают долг, делят расходы, помогают родственникам, получают подарки и так далее.

Но если на карту регулярно приходят платежи от клиентов за одинаковые услуги, а человек при этом никак не оформляет свою деятельность, возникает очевидный вопрос: что это за деньги?

Гораздо безопаснее с самого начала отделять личные финансовые операции от профессиональной деятельности.

СБП

Система быстрых платежей стала одним из наиболее удобных инструментов для российского малого бизнеса и самозанятых.

Клиент может оплатить товар или услугу через QR-код или другой механизм СБП, не вводя номер карты.

Для предпринимателя это удобно по нескольким причинам:

- оплата происходит быстро;

- не требуется передавать клиенту данные банковской карты;

- можно интегрировать оплату в сайт или приложение;

- СБП поддерживает расчеты между физическими лицами и бизнесом;

- платежная инфраструктура работает внутри российской банковской системы.

Но здесь действует тот же принцип: **СБП не отменяет налогов.**

Если вы получили 10 000 рублей от клиента за услугу, не имеет значения, каким способом клиент заплатил.

Налог определяется не названием платежной системы, а вашим статусом и характером дохода.

Электронные деньги

В России существуют и электронные средства платежа.

Они могут использоваться для оплаты товаров и услуг, переводов и других операций в зависимости от конкретной системы и ее правил.

Но электронный кошелек также не является способом сделать коммерческий доход «невидимым».

Если вы систематически продаете товары или услуги, необходимо учитывать полученные средства в рамках выбранного налогового режима.

Поэтому при выборе способа оплаты следует исходить прежде всего из удобства для клиента и законности расчетов, а не из предположения, что какой-то конкретный кошелек позволяет не учитывать доход.

Нужно ли становиться самозанятым?

Для многих людей, которые начинают зарабатывать через интернет самостоятельно, первым подходящим вариантом может оказаться **налог на профессиональный доход – НПД**, то есть режим, который в повседневной речи называют самозанятостью.

Это не отдельная юридическая форма бизнеса.

Самозанятым может быть физическое лицо. Режим НПД также могут применять индивидуальные предприниматели, если они соответствуют условиям этого режима.

Смысл НПД очень простой: человек регистрируется в качестве плательщика налога на профессиональный доход, получает оплату за свою самостоятельную деятельность, формирует чеки и платит налог.

ФНС указывает две основные ставки:

4% – при получении дохода от физических лиц;

6% – при получении дохода от организаций и индивидуальных предпринимателей.

Для начинающего интернет-специалиста это чрезвычайно удобная конструкция.

Предположим, человек занимается дизайном и получает за месяц:

30 000 рублей от частных клиентов;

40 000 рублей от индивидуального предпринимателя;

50 000 рублей от компании.

Ему не нужно самостоятельно вычислять налог для каждого платежа по сложной схеме.

Он отражает полученные доходы, формирует чеки, а налог рассчитывается в системе.

У НПД есть и налоговый бонус для новых плательщиков: первоначально предоставляется вычет 10 000 рублей, благодаря которому фактическая ставка временно снижается до 3% для доходов от физических лиц и до 4% для доходов от организаций и ИП, пока бонус не будет использован.

Ограничения самозанятости

Однако НПД подходит не всем.

Самое известное ограничение – **2,4 млн рублей дохода в год**. При превышении установленного лимита право применять этот режим теряется.

Кроме того, самозанятый не может использовать НПД для деятельности, которая прямо исключена законодательством.

В частности, этот режим не предназначен для обычного бизнеса с наемными работниками по трудовым договорам.

Есть и другие ограничения, поэтому перед регистрацией нужно проверить, соответствует ли конкретный вид деятельности условиям НПД.

Но для многих типичных интернет-профессий – дизайнера, программиста, копирайтера, фотографа, консультанта,

репетитора и других специалистов – НПД может оказаться очень удобным способом начать работать легально.

Еще одно важное преимущество: самозанятому не нужно сдавать обычную налоговую декларацию по НПД, а учет доходов и формирование чеков автоматизированы через приложение «Мой налог» или соответствующие сервисы банков.

Самозанятый – это не «человек без налогов»

Иногда самозанятость представляют как возможность работать практически бесплатно с точки зрения государства.

Это неверно.

Самозанятый платит налог.

Просто налоговая система для него устроена проще, чем для многих других форм предпринимательской деятельности.

Кроме того, отсутствие обязательных страховых взносов в рамках НПД не означает автоматического формирования полноценного пенсионного стажа за счет этой деятельности. Самозанятый может самостоятельно уплачивать добровольные страховые взносы в Социальный фонд России.

Это уже вопрос не только сегодняшнего заработка, но и долгосрочного финансового планирования.

А если доход становится больше?

Когда деятельность начинает расти, НПД может перестать подходить.

Например, специалист стабильно зарабатывает больше установленного лимита. Или ему нужно нанимать сотрудников. Или он переходит к бизнес-модели, которая не соответствует требованиям НПД.

Тогда одним из естественных вариантов становится регистрация **индивидуального предпринимателя**.

ИП – это уже полноценный предпринимательский статус.

При этом ИП может выбирать различные налоговые режимы.

Для интернет-бизнеса особенно часто рассматривается упрощенная система налогообложения – УСН.

В 2026 году базовые ставки УСН составляют:

6% при объекте «доходы»;

15% при объекте «доходы минус расходы».

При этом конкретные условия и региональные ставки могут отличаться.

Выбор между ними зависит от экономики конкретного бизнеса.

Если у предпринимателя мало расходов, вариант «доходы» может быть удобным.

Если расходы составляют значительную часть оборота,

имеет смысл рассматривать вариант «доходы минус расходы».

Но это уже тот момент, когда желательно не принимать решение исключительно по статье в интернете. При существенном обороте стоимость ошибки в выборе налогового режима может оказаться намного выше стоимости консультации бухгалтера.

Важное изменение 2026 года: НДС

В 2026 году налоговая система для бизнеса стала сложнее из-за изменений, связанных с НДС.

В частности, для применяющих УСН установлен порог дохода, связанный с освобождением от НДС. На 2026 год он составляет **20 млн рублей**. Если доход за 2025 год превысил 20 млн рублей, обязанности по НДС возникают с начала 2026 года; если доход в 2026 году превышает этот порог уже в течение года, правила предусматривают возникновение обязанностей с соответствующего периода.

Это хороший пример того, почему советы вроде «просто зарегистрируйте ИП на УСН 6%» нельзя воспринимать как универсальную инструкцию.

Налоговая система зависит от оборота, вида деятельности, расходов и других обстоятельств.

На небольшом уровне все может быть действительно просто.

По мере роста бизнеса появляются новые обязанности.

Патент

Еще один вариант для индивидуального предпринимателя – патентная система налогообложения.

ПСН работает иначе, чем обычная УСН.

Налог рассчитывается не просто как определенный процент от фактически полученной выручки, а исходя из потенциально возможного дохода по конкретному виду деятельности, установленного региональным законодательством.

Базовая ставка составляет 6%. Патент можно получить на срок от одного месяца до календарного года в пределах года его выдачи.

Но патент подходит далеко не для любой интернет-деятельности.

Перечень видов деятельности, по которым разрешена ПСН, определяется законодательством, в том числе региональным. Поэтому нельзя исходить из логики «у меня интернет-бизнес – значит, мне можно патент».

В 2026 году для ПСН также существенно изменились ограничения по доходам: для сохранения права на режим действует переходный лимит, который в 2026 году составляет 20 млн рублей, с дальнейшим снижением в последующие годы.

А можно просто быть физическим лицом?

Да, но здесь необходимо различать разные ситуации.

Человек может получить разовый доход, который не превращает его автоматически в предпринимателя.

Например, он продал собственную вещь, получил вознаграждение за определенную работу или получил иной доход, для которого налоговое законодательство предусматривает соответствующий порядок налогообложения.

Но если человек систематически оказывает услуги или продает товары с целью получения прибыли, ситуация становится принципиально другой.

Регулярная самостоятельная деятельность с целью извлечения прибыли уже может иметь признаки предпринимательской деятельности.

Поэтому модель:

«Я ничего не оформляю, просто иногда получаю деньги на карту»

может быть допустима для одних жизненных ситуаций и совершенно неподходящей для других.

Главный критерий – не количество переводов само по себе, а **реальный характер деятельности**.

Где проходит граница между подработкой и бизнесом?

Не существует волшебной суммы, после которой в один день человек превращается из обычного гражданина в предпринимателя.

Важны систематичность, самостоятельность, направленность на получение прибыли и содержание деятельности.

Предположим, человек один раз помог знакомому настроить компьютер и получил 5 000 рублей.

Совсем другая ситуация – он создал страницу с предложением услуг, регулярно принимает заказы, рекламирует себя, устанавливает цены и получает клиентов каждую неделю.

Во втором случае деятельность явно приобрела систематический характер.

Именно поэтому не стоит строить стратегию на попытках угадать:

«До какой суммы можно получать деньги и не оформляться?»

Гораздо разумнее спросить:

«Я уже веду самостоятельную деятельность ради регулярного дохода?»

Если ответ положительный, имеет смысл выбрать подходящий законный режим.

Договоры с клиентами

Еще одна распространенная ошибка начинающих специалистов – считать, что юридические вопросы заканчиваются после регистрации самозанятости или ИП.

Не заканчиваются.

Если вы оказываете услуги, необходимо понимать, на каких условиях вы их оказываете.

Даже простой договор может определить:

что именно вы должны сделать;

сколько это стоит;

когда заказчик должен заплатить;

сколько правок входит в стоимость;

что считается результатом работы;

кто отвечает за задержку;

кому принадлежат права на созданный материал;

можно ли использовать результат в портфолио.

Особенно важен последний вопрос.

Допустим, дизайнер создал логотип для компании.

Сам факт передачи заказчику файла еще не означает, что все возможные права автоматически перешли к нему в том объеме, который стороны подразумевали.

В договоре желательно четко определить, какие права и каким способом передаются заказчику.

Это касается не только логотипов.

То же самое относится к:

текстам;

фотографиям;

видео;

музыке;

программному коду;

иллюстрациям;

дизайну;

презентациям;

курсам;

базам данных;

другим результатам интеллектуальной деятельности.

Авторские права: «нашел в интернете» не значит «можно использовать»

Интернет создает опасную иллюзию, будто все опубликованное в нем является общедоступным.

Это не так.

Если фотография находится в поисковой системе, это еще не означает, что ее можно скачать и использовать в рекламном посте.

Если на сайте опубликован текст, его нельзя просто скопировать в собственный коммерческий проект.

Если кто-то разместил музыку на видеохостинге, это не означает автоматически, что ее можно использовать в рекламном ролике.

Авторское право возникает в отношении произведений, а исключительное право позволяет контролировать их использование в установленных законом пределах. Гражданский кодекс отдельно закрепляет права автора, включая право авторства, право на имя и право на неприкосновенность произведения.

Поэтому в интернет-бизнесе нужно выработать простое правило: **если вы не создали материал сами и не знаете, на каких условиях его можно использовать, исходите**

из того, что использовать его нельзя.

Ищите лицензию, разрешение правообладателя или используйте легальные библиотеки контента с понятными условиями.

Особая проблема – контент, созданный сотрудниками и подрядчиками

Предприниматель может столкнуться с интересной ситуацией.

Он заплатил дизайнеру 50 000 рублей за создание иллюстрации.

Получается ли автоматически, что теперь он может делать с этой иллюстрацией абсолютно все?

Не обязательно.

Оплата работы и распоряжение исключительными правами – связанные, но не тождественные вещи.

Поэтому при заказе дизайна, фотографии, текста, программного кода или другого интеллектуального продукта стоит заранее определить условия использования.

Особенно это важно для бизнеса, который планирует потом:

перепродавать продукт;

передавать его третьим лицам;

использовать в рекламе;

изменять;

регистрировать товарный знак;

включать результат в другой коммерческий продукт.

Чем дороже и важнее создаваемый объект, тем меньше стоит полагаться на устные договоренности.

Персональные данные

Практически любой современный интернет-бизнес рано или поздно сталкивается с персональными данными.

Вы сделали сайт и собираете:

имя;

номер телефона;

электронную почту;

адрес доставки;

данные заказа;

сведения о пользователе.

С этого момента появляются обязанности, связанные с обработкой персональных данных.

Роскомнадзор прямо указывает, что владелец интернет-сайта, собирающего персональные данные пользователей, может являться оператором персональных данных.

И здесь недостаточно просто написать внизу страницы: «Мы уважаем вашу конфиденциальность».

Нужно понимать, какие данные собираются, для каких целей, на каком основании, где они хранятся, кому передаются и какие требования предъявляются к их обработке.

Для ряда операторов действует обязанность уведомлять Роскомнадзор о намерении осуществлять обработку персональных данных; закон предусматривает отдельные исключения.

Поэтому при запуске сайта с формой заказа, регистрации пользователей, рассылкой или интернет-магазина важно заранее разобраться с требованиями законодательства о персональных данных.

Согласие пользователя – не универсальная бумага

Еще один распространенный подход: «Поставим одну галочку “согласен на все” – и проблема решена».

Не всегда.

Персональные данные могут собираться для разных целей.

Например:

оформление заказа;

обратная связь;

рекламная рассылка;

аналитика;

регистрация аккаунта;

передача информации службе доставки.

У каждой цели может быть свое правовое основание и свои требования.

Поэтому чем сложнее сайт, тем опаснее копировать чужую политику обработки персональных данных и считать вопрос закрытым.

Для небольшого проекта обычно достаточно разобраться в нескольких базовых принципах: **собирайте только действительно необходимые данные, заранее определяйте цель их обработки, не храните лишнее и не передавайте данные кому попало.**

Реклама в интернете

Отдельный пласт требований связан с рекламой.

И здесь особенно легко ошибиться, потому что обычный пост и реклама – не всегда одно и то же.

Если человек пишет: «Сегодня попробовал новый сервис, мне понравилось», это еще не обязательно реклама.

Если же компания заплатила ему за публикацию или публикация размещена в рамках рекламной кампании, правовая ситуация может быть другой.

Российское законодательство устанавливает специальные требования к интернет-рекламе, включая требования к ее идентификации и учету.

Поэтому блогеру, владельцу сайта или канала нельзя исходить из принципа: «Я просто написал пост, поэтому это не реклама».

Важны фактические обстоятельства размещения.

Что такое маркировка рекламы

В российском интернете для рекламы предусмотрен механизм идентификации рекламных материалов.

Проще говоря, рекламное размещение должно быть обозначено как реклама и снабжено предусмотренным законодательством идентификатором.

Кроме того, информация о такой рекламе передается через систему учета интернет-рекламы.

Это касается не только крупных рекламных агентств.

С соответствующими обязанностями могут сталкиваться:

рекламодатели;

рекламные агентства;

владельцы сайтов;

блогеры;

владельцы каналов;

посредники;

площадки.

Поэтому если вы монетизируете аудиторию рекламой, вопрос маркировки нельзя оставлять «на потом».

Правила здесь достаточно детализированы и меняются, поэтому для конкретной рекламной кампании лучше проверять актуальные требования непосредственно перед размещением.

Не вся коммерческая публикация является рекламой

Это тоже важно.

Если предприниматель написал у себя на сайте: «Мы оказываем услуги по ремонту квартир. Вот наши цены и примеры работ», это может быть обычной информацией о собственной деятельности, а не рекламой в каждом возможном юридическом смысле.

Но если он платит владельцу другого ресурса за публикацию сообщения с целью привлечения клиентов, ситуация уже может подпадать под правила о рекламе.

Поэтому нужно различать: **информацию о собственной деятельности, коммерческое предложение, продвижение и рекламу.**

На практике граница иногда оказывается неочевидной, поэтому при больших рекламных бюджетах лучше получить профессиональную юридическую консультацию, чем пытаться определить статус публикации исключительно интуитивно.

Российские сервисы: зачем знать альтернативы

Российская интернет-экономика за последние годы сильно изменилась.

Часть зарубежных сервисов перестала работать с российскими пользователями, часть ограничила отдельные функции, где-то возникли сложности с оплатой, а какие-то инструменты просто стали недоступны.

Поэтому человек, который строит интернет-бизнес в России, должен мыслить не названиями конкретных платформ, а **категориями инструментов**.

Например:

где принимать платежи;

где вести сайт;

где хранить данные;

где размещать видео;

где общаться с клиентами;

где продавать товары;

где организовать рассылку;

где автоматизировать работу;

где размещать рекламу.

На российском рынке для многих таких задач существуют собственные решения.

Но здесь не стоит пытаться составить вечный список «ана-

логов». Сервисы меняются, закрываются, приобретаются и меняют тарифы.

Правильнее научиться задавать вопрос: «Какую функцию мне нужно выполнить и какой российский сервис сегодня лучше всего ее выполняет?»

Например, для электронной коммерции существуют крупные российские маркетплейсы, для платежей – российская банковская и платежная инфраструктура, для коммуникаций – отечественные мессенджеры и корпоративные платформы, для размещения сайтов – российские хостинги и облачные провайдеры.

Это делает бизнес менее зависимым от конкретной зарубежной платформы.

Почему нельзя строить весь бизнес на одном сервисе

Представим блогера, который десять лет развивал канал на одной площадке.

Или предпринимателя, который получает 90% заказов через одну платформу.

Или интернет-магазин, который практически полностью зависит от одного маркетплейса.

Пока все работает, кажется, что это идеальная модель.

Но изменение правил площадки может мгновенно изменить экономику бизнеса.

Может вырасти комиссия.

Может измениться алгоритм выдачи.

Может исчезнуть определенная функция.

Может быть заблокирован аккаунт.

Может измениться политика рекламы.

Поэтому по мере роста проекта желательно создавать **собственные активы**:

базу клиентов;

сайт;

домен;

клиентскую базу;

собственный контент;

систему учета;

несколько каналов привлечения.

Площадка должна быть инструментом бизнеса, а не самим бизнесом.

Главные юридические риски интернет-предпринимателя

Если свести все сказанное к нескольким категориям, получится примерно такая картина.

Налоговый риск

Человек получает регулярный доход, но никак его не оформляет.

Договорный риск

Исполнитель и заказчик по-разному понимают, что именно должно быть сделано.

Авторско-правовой риск

В бизнесе используется чужой текст, фотография, музыка, программа или другой защищенный объект без соответствующих прав.

Риск с персональными данными

Сайт собирает данные пользователей, но владелец не выполняет необходимые требования законодательства.

Рекламный риск

Реклама размещается без соблюдения установленных требований к ее идентификации и учету.

Потребительский риск

Товар или услуга продаются гражданам, но продавец не учитывает требования законодательства о защите прав потребителей.

Банковский риск

Личные счета используются для систематической коммерческой деятельности без учета особенностей банковского контроля и договорных условий.

Информационный риск

На сайте или в канале размещается информация, распространение которой запрещено или ограничено российским законодательством.

Последняя категория особенно важна для владельцев крупных площадок, поскольку интернет-бизнес существует не вне российского информационного законодательства, а внутри него. Роскомнадзор ведет соответствующие реестры и применяет предусмотренные законом механизмы ограничения доступа к незаконному контенту.

Как работать легально и не превратить жизнь в бухгалтерию

Хорошая новость заключается в том, что небольшому интернет-бизнесу не обязательно сразу превращаться в сложную организацию.

Если человек начинает, например, с услуг и работает один, разумная последовательность может выглядеть так:

Шаг 1. Определить, чем именно вы занимаетесь.

Не «зарабатываю в интернете», а, например: «Делаю презентации для малого бизнеса».

Или: «Монтирую короткие рекламные ролики».

Или: «Провожу онлайн-консультации».

Шаг 2. Проверить, подходит ли для этой деятельности НПД.

Если подходит и масштаб небольшой, самозанятость может оказаться самым простым вариантом.

Шаг 3. Организовать прием оплаты.

Использовать подходящий банковский инструмент, СБП или другой законный способ.

Шаг 4. Формировать чеки и учитывать доходы.

Для плательщика НПД это существенно упрощено: учет и формирование чеков осуществляются через соответствующие сервисы.

Шаг 5. Договориться с клиентом о результате.

Даже если договор простой, лучше заранее зафиксировать цену, сроки и содержание работы.

Шаг 6. Следить за интеллектуальными правами.

Не использовать чужие изображения, тексты, музыку и программы без законных оснований.

Шаг 7. Если появился сайт – разобраться с персональными данными.

Особенно если он содержит формы регистрации, заказа, обратной связи или рассылки.

Шаг 8. Если появилась реклама – разобраться с правилами ее размещения.

Не считать любой рекламный пост «просто публикацией».

Шаг 9. Следить за ростом бизнеса.

Когда оборот, количество сотрудников или характер деятельности выходят за рамки выбранного режима, нужно своевременно менять организационную и налоговую модель.

Не нужно бояться налогов

У начинающих интернет-предпринимателей часто возникает парадоксальная реакция.

Человек может несколько месяцев работать практически нелегально, потому что боится «бюрократии». При этом оформление самозанятости в его ситуации может занимать совсем немного времени.

Например, ФНС позволяет зарегистрироваться в качестве плательщика НПД через приложение «Мой налог», сайт ФНС, некоторые банки или портал Госуслуг.

После этого многие процессы автоматизированы.

Поэтому для человека, который действительно собирает-ся зарабатывать регулярно, легальная работа часто оказывается **проще**, а не сложнее.

Не нужно постоянно думать: «А вдруг налоговая заметит?»

Не нужно придумывать объяснения для каждого платежа.

Можно нормально работать с компаниями, заключать договоры, показывать официальные доходы и постепенно развивать бизнес.

Но и регистрировать ИП «на всякий случай» не нужно

Другая крайность – человек еще не заработал ни рубля, но уже открывает ИП, покупает бухгалтерскую программу, заказывает фирменный сайт и нанимает бухгалтера.

Для большинства начинающих это преждевременно.

Сначала стоит понять, **существует ли вообще спрос на вашу услугу или товар**.

Если человек умеет создавать сайты, разумнее сначала найти потенциального клиента, понять, сколько тот готов платить, получить первые заказы и только затем строить более сложную бизнес-инфраструктуру.

При небольшом самостоятельном доходе подходящий налоговый режим может быть достаточно простым.

Когда бизнес растет, усложнение неизбежно.

Это нормально.

Можно представить развитие примерно так:

первые заказы → легализация деятельности → регулярные клиенты → рост оборота → выбор оптимального режима → сотрудники → бухгалтерия → полноценный бизнес.

Не нужно начинать сразу с последнего пункта.

Главное правило: сначала понять экономику, потом оптимизировать налоги

Начинающий предприниматель иногда настолько увлекается поиском «самой выгодной системы налогообложения», что забывает о главном.

Если вы зарабатываете 30 000 рублей в месяц, разница между двумя налоговыми режимами может быть гораздо менее существенна, чем разница между хорошим и плохим способом поиска клиентов.

Если вы зарабатываете 300 000 рублей – налоговая оптимизация уже становится гораздо важнее.

Если оборот составляет несколько миллионов – ошибка в налогах может стоить очень дорого.

Поэтому последовательность должна быть обратной той, которую часто предлагают в интернете: не **«Как платить как можно меньше налогов?»**, а **«Как построить прибыльный бизнес и законно платить с него столько, сколько предусмотрено выбранным режимом?»**

Это гораздо здоровее.

Интернет-бизнес – это обычный бизнес, только с цифровыми инструментами

В конечном счете российская специфика интернет-заработка не сводится к нескольким особым приложениям.

Основные правила остаются теми же, что и в обычной экономике.

Вы получаете доход – его нужно правильно учитывать.

Вы оказываете услугу – желательно четко определить условия.

Вы продаете чужое произведение – нужно иметь право на его использование.

Вы собираете данные клиентов – нужно соблюдать законодательство о персональных данных.

Вы размещаете рекламу – необходимо соблюдать правила рекламы.

Вы продаете товары потребителям – нужно учитывать требования к торговле и защите прав потребителей.

Вы растете – меняется масштаб юридических и налоговых обязанностей.

При этом российская система сегодня предоставляет достаточно простые инструменты для старта. Для многих небольших самостоятельных проектов НПД позволяет на-

чать официальную деятельность без сложной отчетности, а при росте существуют ИП и различные налоговые режимы.

Поэтому правильная стратегия начинающего интернет-предпринимателя выглядит не как попытка спрятаться от государства.

Она выглядит гораздо проще:

разобраться, чем вы зарабатываете → выбрать подходящий статус → принимать деньги нормальным способом → учитывать доход → соблюдать базовые требования к договорам, рекламе, персональным данным и авторским правам → по мере роста перестраивать систему.

Это позволяет заниматься главным – поиском клиентов, созданием продукта и развитием бизнеса, – а не постоянным страхом перед юридическими вопросами.

И еще одна важная мысль.

Легальность – это не препятствие для интернет-заработка. Это часть его инфраструктуры.

Пока доходы невелики, разница может казаться несущественной. Но когда появляются крупные клиенты, сотрудники, сайт, рекламный бюджет, собственный продукт и значительный оборот, отсутствие порядка в юридической части начинает тормозить бизнес сильнее, чем конкуренция.

Поэтому лучше привыкнуть к законной работе с самого начала.

Не обязательно знать наизусть весь Налоговый кодекс и

Федеральный закон «О персональных данных».

Но необходимо понимать, **в какой момент нужно остановиться и проверить требования закона, а не действовать по принципу «все так делают в интернете».**

Именно это и есть разумная юридическая грамотность интернет-предпринимателя.

3. Самый простой старт: продать собственный навык

Если человек никогда раньше не зарабатывал через интернет, ему легко попасть в ловушку бесконечного поиска «правильного способа».

Он читает о маркетплейсах, изучает создание сайтов, смотрит видео о блогинге, интересуется инвестициями, узнает про нейросети, потом начинает думать о собственном интернет-магазине. В результате проходит несколько месяцев, а денег как не было, так и нет.

Между тем для большинства людей существует гораздо более простой путь.

Не создавать новый бизнес с нуля, а сначала продать то, что вы уже умеете делать.

Умеете хорошо писать – можно продавать тексты.

Умеете работать с графикой – дизайн.

Знаете иностранный язык – переводы.

Хорошо разбираетесь в Excel – обработку таблиц и данных.

Умеете программировать – разработку и автоматизацию.

Хорошо знаете школьный предмет – репетиторство.

Умеете понятно объяснять сложные вещи – консультации.

И даже если навык кажется слишком обычным, это еще не

означает, что его невозможно превратить в источник дохода.

На рынке платят не за необычность навыка.

Платят за полезный результат.

Почему продажа навыка – хороший первый шаг

У этого способа есть несколько серьезных преимуществ.

Во-первых, обычно не требуется большой стартовый капитал.

Не нужно закупать товар, арендовать помещение, создавать сложный сайт или вкладывать сотни тысяч рублей в рекламу.

Во-вторых, можно начать практически сразу.

Если человек умеет монтировать видео, ему не нужно сначала полгода строить бизнес. Он может найти потенциального клиента и предложить ему конкретную услугу.

В-третьих, первый заработок одновременно становится проверкой рынка.

Допустим, человек считает себя хорошим дизайнером.

Пока он просто говорит: «Я умею делать дизайн» – это предположение.

Когда первый клиент платит ему 5 000 рублей за конкретную работу, предположение превращается в факт: **рынок готов платить за этот навык.**

Дальше можно повышать качество, цену, специализацию и количество клиентов.

И наконец, продажа навыка дает возможность постепенно перейти к более сложным моделям.

Сначала человек работает сам.

Потом получает постоянных клиентов.

Затем повышает стоимость услуг.

После этого может нанять помощника.

Еще позже – создать агентство или собственный продукт.

Поэтому фриланс или самостоятельная продажа услуг не обязательно являются конечной точкой. Это может быть **первым этажом будущего бизнеса**.

Главная ошибка: продавать навык вместо результата

Предположим, человек говорит: «Я умею работать в Photoshop».

Что именно должен купить у него клиент?

Непонятно.

Другой человек говорит: «Я делаю дизайн».

Тоже не очень понятно.

Третий говорит: «Я создаю рекламные баннеры для магазинов и маркетплейсов».

Уже лучше.

А если он говорит: «За три дня подготовлю 10 рекламных баннеров для вашей карточки товара в двух форматах, включая три варианта главного изображения».

Это уже конкретное предложение.

Разница очень существенная.

Клиент редко ищет человека, который «умеет Photoshop».

Ему нужен баннер.

Владельцу бизнеса редко нужен «человек, который знает Excel».

Ему нужна приведенная в порядок база клиентов.

Компания редко ищет «человека, который умеет писать».

Ей нужен текст для сайта, который объясняет преимущества продукта и помогает получить заявки.

Поэтому первый принцип превращения навыка в заработок звучит так: **не продавайте инструмент, которым вы владеете; продавайте задачу, которую с его помощью решаете.**

Копирайтинг

Копирайтинг – один из самых известных способов начать зарабатывать через интернет.

В широком смысле копирайтер создает тексты для бизнеса и других заказчиков.

Это могут быть:

статьи;

тексты для сайтов;

описания товаров;

рекламные объявления;

посты для социальных сетей;

письма;

сценарии роликов;

тексты для презентаций;

инструкции;

коммерческие предложения;

тексты для лендингов;

экспертные материалы.

Однако за последние годы эта сфера сильно изменилась.

Генеративный искусственный интеллект способен быстро создавать вполне приемлемые тексты. Поэтому рынок постепенно уходит от ситуации, когда ценностью является просто способность написать несколько тысяч знаков.

Теперь гораздо большее значение имеют:

умение разобраться в теме;
понимание аудитории;
работа с фактами;
редактирование;
проверка информации;
чувство языка;
структура текста;
понимание маркетинга;
способность писать в нужном стиле;
ответственность за конечный результат.

Поэтому начинающему автору опасно строить предложение вокруг: «Я быстро пишу много текста».

Гораздо перспективнее: «Я готовлю понятные экспертные статьи для компаний, работающих в сложных технических областях».

Или: «Пишу и редактирую карточки товаров для интернет-магазинов».

Или: «Готовлю сценарии коротких экспертных видеороликов».

Чем понятнее задача, тем проще клиенту принять решение.

Рерайтинг и редактура

Рерайтинг традиционно означал переработку уже существующего текста.

В эпоху генеративного ИИ эта услуга в прежнем виде становится менее привлекательной: механически переписать текст теперь может практически любой человек с помощью соответствующих инструментов.

Но **редактура** никуда не исчезает.

Наоборот, чем больше в интернете появляется автоматически созданного контента, тем важнее становится его проверка.

Редактор может:

убрать повторы;

исправить логические ошибки;

сделать текст понятнее;

проверить структуру;

привести материал к единому стилю;

адаптировать текст под конкретную аудиторию;

проверить фактические утверждения;

сделать сложный материал доступным;

подготовить текст к публикации.

Поэтому человеку, который хочет зарабатывать на текстах, сегодня полезнее развивать не только навык написания, но и **навык улучшения чужого текста**.

Хороший редактор способен взять сырой материал и превратить его в публикацию, которую действительно можно использовать.

Переводы

Знание иностранного языка традиционно является хорошей основой для удаленной работы.

Можно переводить:

документы;

инструкции;

сайты;

статьи;

презентации;

субтитры;

технические материалы;

деловую переписку;

рекламные тексты.

Но здесь действует тот же процесс, что и с копирайтингом.

Автоматический перевод становится все лучше.

Поэтому простой перевод общего текста без требований к стилю постепенно превращается в услугу с высокой конкуренцией и сравнительно низкой стоимостью.

А вот специализация значительно повышает ценность.

Например: «Перевожу тексты» и «Перевожу техническую документацию для производителей оборудования» – это совершенно разные предложения.

Во втором случае клиент покупает не только знание языка. Он покупает сочетание языковой и предметной компе-

тенции.

Особенно ценятся специалисты, которые понимают терминологию конкретной области:

медицина;

юриспруденция;

техника;

строительство;

финансы;

промышленность;

IT;

наука.

И здесь появляется важный принцип: **два средних навыка, объединенные вместе, могут оказаться ценнее одного хорошо развитого навыка.**

Человек, который знает английский и разбирается в программировании, может быть гораздо более востребованным переводчиком технической документации, чем просто хороший переводчик общего профиля.

Дизайн

Дизайн включает огромное количество разных профессий.

Можно заниматься:

логотипами;

фирменным стилем;

рекламными материалами;

презентациями;

упаковкой;

карточками товаров;

интерфейсами;

сайтами;

иллюстрациями;

инфографикой;

оформлением социальных сетей.

И здесь особенно заметно, насколько важно правильно сформулировать услугу.

«Я дизайнер» – слишком широко.

«Делаю карточки товаров» – уже понятнее.

«Создаю инфографику для карточек товаров на маркетплейсах» – еще лучше.

«За пять рабочих дней оформляю комплект из десяти карточек товара с учетом фирменного стиля магазина» – уже полноценное коммерческое предложение.

Конечно, такая конкретизация подходит не для каждого дизайнера.

Но сама логика универсальна: **чем легче клиенту представить, что именно он получит, тем проще ему купить услугу.**

Монтаж видео

Видео стало одним из наиболее востребованных форматов контента.

Работа монтажера может включать:

длинные ролики;

рекламные видео;

интервью;

короткие вертикальные ролики;

обучающие материалы;

видео для бизнеса;

презентационные ролики;

подкасты;

трансляции.

Но начинающему монтажеру опять же не стоит продавать исключительно умение пользоваться программой.

Клиенту не нужен человек, который умеет работать в видеоредакторе.

Ему нужен готовый ролик.

Например: «Монтирую экспертные короткие ролики из исходников заказчика: убираю паузы, добавляю субтитры, графику и подготовку под вертикальный формат».

Это уже конкретная услуга.

Еще один важный момент: монтаж может быть очень трудоемким.

Поэтому необходимо заранее учитывать, сколько времени реально занимает один заказ.

Если ролик продается за 5 000 рублей, но требует десяти часов работы, это одна экономика.

Если после выработки процесса тот же результат занимает три часа – совсем другая.

Отсюда появляется один из важнейших навыков любого фрилансера: **считать не только цену заказа, но и стоимость собственного времени.**

Программирование

Программирование долгое время считалось одним из наиболее очевидных способов хорошо зарабатывать через интернет.

Это действительно так, но здесь огромная разница между начинающим специалистом и профессионалом.

Программист может продавать:

разработку сайтов;

интернет-магазины;

мобильные приложения;

ботов;

внутренние системы;

автоматизацию;

интеграции между сервисами;

обработку данных;

исправление ошибок;

техническую поддержку;

разработку программных продуктов.

Появление ИИ при этом не отменило программирование, а изменило структуру работы.

Сегодня разработчик может использовать ИИ для написания части кода, поиска ошибок, создания тестов, документации и прототипов.

Но это не отменяет необходимости понимать, **что имен-**

но должно быть создано и работает ли получившийся результат.

Поэтому человеку, который только начинает учиться программированию ради заработка, недостаточно уметь генерировать код.

Нужно уметь решать задачи.

Например: «Создаю ботов для автоматизации записи клиентов».

намного ближе к реальной услуге, чем: «Пишу на Python». Язык программирования – инструмент.

Автоматизация записи клиентов – результат, за который бизнес может платить.

Верстка

Верстка сайтов может быть самостоятельной услугой или частью разработки.

Верстальщик превращает дизайн в работающую веб-страницу.

Клиенту могут понадобиться:

посадочная страница;

корпоративный сайт;

отдельная страница продукта;

адаптация сайта под мобильные устройства;

исправление существующей верстки;

перенос дизайна в готовую систему;

технические изменения.

Здесь особенно полезно продавать понятный результат.

Не: «Сделаю HTML/CSS», а: «Сверстаю адаптивную посадочную страницу по готовому макету».

Второе сразу говорит потенциальному клиенту, что он получит.

Работа с таблицами и данными

Это направление часто недооценивают.

Человек, который хорошо владеет Excel, электронными таблицами, формулами и обработкой данных, может быть полезен малому бизнесу, интернет-магазинам и отдельным специалистам.

Возможные задачи:

очистка баз;

объединение таблиц;

удаление дубликатов;

автоматизация расчетов;

построение отчетов;

сводные таблицы;

подготовка финансовых моделей;

анализ продаж;

систематизация клиентской базы;

перенос данных;

подготовка отчетности.

При этом «умею Excel» – снова слишком широкое предложение.

Гораздо лучше: «Приведу в порядок клиентскую базу из нескольких таблиц и объединю ее в единый файл».

Или: «Автоматизирую ежемесячный отчет по продажам».

Второй вариант особенно интересен.

Если раньше сотрудник каждый месяц тратил несколько часов на ручное формирование отчета, а специалист создал систему, которая делает это автоматически, клиент получает экономию времени каждый месяц.

Значит, можно продавать не таблицу как таковую, а **экономии рабочего времени**.

Создание презентаций

Презентации нужны не только школьникам и студентам.

Их постоянно создают:

компании;

продавцы;

руководители;

предприниматели;

специалисты;

преподаватели;

стартапы;

организаторы мероприятий.

Но хорошая презентация – это не просто набор красивых слайдов.

Она должна передавать информацию.

Поэтому востребованный специалист может заниматься:

коммерческими презентациями;

презентациями продуктов;

отчетами;

инвестиционными материалами;

учебными презентациями;

презентациями для выступлений;

корпоративными шаблонами.

И снова возникает возможность специализации.

Например: «Оформляю презентации для B2B-продаж».

Это уже гораздо более конкретная услуга, чем: «Делаю презентации».

Озвучка

Еще один вариант заработка – голос.

Можно работать с:

рекламными роликами;

обучающими материалами;

аудиокнигами;

видео;

подкастами;

телефонными системами;

презентациями;

корпоративными материалами.

Но здесь конкуренция также меняется из-за синтеза речи.

Поэтому профессиональная озвучка постепенно смещается в сторону задач, где важны:

выразительность;

актерская подача;

индивидуальный голос;

эмоциональный диапазон;

работа с персонажем;

дикторское мастерство;

живое взаимодействие.

Как и в случае с текстами, простой технический результат становится дешевле, а сложный творческий результат – ценнее.

Репетиторство

Это один из наиболее понятных вариантов заработка через интернет.

Человек обладает знаниями и продает время, в течение которого помогает ученику получить результат.

Можно преподавать:

школьные предметы;

иностранные языки;

программирование;

музыку;

подготовку к экзаменам;

профессиональные дисциплины;

отдельные практические навыки.

Но даже здесь можно перейти от продажи времени к продаже результата.

Например, репетитор может просто говорить: «Занятие английским – 1 500 рублей в час».

А может специализироваться: «Готовлю взрослых специалистов к собеседованиям на английском языке».

Или: «Помогаю старшеклассникам подготовиться к ЕГЭ по физике».

Чем конкретнее проблема, тем проще объяснить ценность занятий.

Консультации

Консультация – это продажа опыта.

Предположим, человек десять лет работает в определенной сфере.

Он может продолжать получать деньги только как сотрудник.

А может начать продавать часть своего опыта напрямую.

Консультации могут быть посвящены:

маркетингу;

бухгалтерскому учету;

управлению;

продажам;

дизайну;

программированию;

строительству;

образованию;

карьере;

бизнес-процессам;

другим профессиональным областям.

Но здесь есть важное условие.

Консультировать нужно в той области, где у вас действительно есть компетенция.

Консультация – не тот случай, когда достаточно прочитать несколько статей в интернете.

Клиент платит за способность увидеть проблему, опираясь на накопленный опыт.

Поэтому консультации особенно хорошо подходят людям с уже существующей профессиональной карьерой.

Виртуальный ассистент

Виртуальный ассистент помогает предпринимателю или компании выполнять различные организационные задачи удаленно.

Например:

- вести календарь;
- искать информацию;
- обрабатывать письма;
- работать с таблицами;
- готовить документы;
- размещать материалы;
- собирать данные;
- контролировать простые задачи;
- общаться с подрядчиками;
- организовывать встречи.

Это один из вариантов, где особенно легко начать без сложной специализации.

Но здесь существует потолок.

Если человек продает только свое время, он ограничен количеством часов.

Поэтому дальнейший рост может идти через специализацию.

Например, можно стать ассистентом:
руководителя;

интернет-магазина;
эксперта;
отдела продаж;
маркетолога.

Чем лучше специалист понимает бизнес клиента, тем более сложные задачи ему можно доверять.

Впоследствии виртуальный ассистент может превратиться в операционного менеджера или специалиста по конкретному направлению.

Администрирование сообществ

Российский интернет дает большое количество возможностей для работы с сообществами и каналами.

Администратор может заниматься:

- публикацией материалов;
- модерацией комментариев;
- ответами пользователям;
- составлением контент-плана;
- оформлением публикаций;
- организацией рекламных размещений;
- сбором статистики;
- взаимодействием с авторами;
- поддержанием порядка в сообществе.

Но здесь также важно разделять простую техническую работу и полноценное управление сообществом.

«Размещать посты» – одна услуга.

«Управлять сообществом и увеличивать его активность» – совсем другая.

Во втором случае требуется уже понимание аудитории, контента и аналитики.

И цена такой работы может быть существенно выше.

Самое важное: навык еще не является услугой

Это, пожалуй, центральная мысль всей главы.

Можно прекрасно владеть каким-то инструментом и при этом совершенно не уметь его продавать.

Например:

Навык: хорошо работать в Excel.

Услуга: привожу в порядок базы клиентов.

Результат: единая структурированная база без дублей и ошибок.

Или:

Навык: хорошо писать.

Услуга: готовлю экспертные статьи для корпоративного сайта.

Результат: готовая статья, которую можно публиковать.

Или:

Навык: умею монтировать видео.

Услуга: превращаю длинные интервью в короткие вертикальные ролики.

Результат: десять готовых роликов для публикации.

Или:

Навык: умею программировать.

Услуга: автоматизирую обработку заказов.

Результат: сотрудники тратят меньше времени на руч-

ную работу.

Получается цепочка:

**навык → задача → услуга → результат → ценность
для клиента.**

Именно на этом переходе большинство начинающих специалистов либо начинают зарабатывать, либо застревают.

Как найти навык, который можно продать

Не обязательно спрашивать себя: «Что я умею делать настолько хорошо, чтобы за это платить?»

Лучше начать с другого: **«Что я умею делать лучше или быстрее обычного человека?»**

Это может быть даже что-то, что вы считаете совершенно обычным.

Кто-то умеет быстро оформлять документы.

Кто-то легко разбирается в сложных таблицах.

Кто-то хорошо объясняет школьную математику.

Кто-то без труда настраивает компьютеры.

Кто-то умеет красиво фотографировать.

Кто-то хорошо пишет.

Кто-то знает строительные нормы.

Кто-то умеет организовывать людей.

Кто-то способен часами искать и систематизировать информацию.

Все это потенциально может иметь коммерческую ценность.

Особенно полезно вспомнить не только образование, но и предыдущую работу.

Человек может считать себя обычным менеджером, хотя за десять лет работы научился:

- вести переговоры;
- составлять коммерческие предложения;
- работать с клиентской базой;
- анализировать продажи;
- проводить презентации;
- обучать новых сотрудников.

Это уже набор навыков, которые можно продавать отдельно.

Необязательно быть лучшим

Еще одна ошибка начинающих: «Я пока недостаточно профессионален, поэтому продавать свои услуги не могу».

Для некоторых видов деятельности это действительно справедливо. Нельзя становиться, например, консультантом в области, где вы ничего не понимаете.

Но в большинстве обычных услуг не требуется быть лучшим специалистом страны.

Нужно быть достаточно хорошим для конкретной задачи конкретного клиента.

Начинающий дизайнер может выполнить простую задачу, которую профессиональное агентство оценило бы в несколько раз дороже.

Начинающий видеомонтажер может найти клиента, которому не требуется сложный кинематографический монтаж.

Начинающий ассистент может взять на себя простые организационные задачи.

Начинающий репетитор может хорошо помогать ученику с базовым материалом.

При этом начинающему специалисту необходимо честно обозначать свой уровень.

Не стоит обещать клиенту то, чего вы не способны сделать.

Как создать первое предложение

Хорошая услуга должна отвечать хотя бы на пять вопросов.

Что вы делаете?

Для кого?

Какую проблему решаете?

Что именно получает клиент?

Сколько это стоит?

Например:

Помогаю небольшим интернет-магазинам приводить в порядок таблицы с товарами. Объединяю данные из нескольких файлов, удаляю дубли и ошибки, готовлю итоговую таблицу. Стоимость – от 5 000 рублей в зависимости от объема.

Это уже предложение, которое можно отправить потенциальному заказчику.

А фраза: «Ищу работу с Excel, умею формулы и сводные таблицы»

намного слабее.

Она рассказывает о человеке, но практически ничего не говорит о пользе для клиента.

Сколько брать за работу

На старте возникает самый неприятный вопрос: «**Сколько стоит моя услуга?**»

Универсальной цифры нет.

Цена зависит от:

сложности;

объема;

срочности;

ответственности;

квалификации;

рынка;

результата;

стоимости аналогичной работы;

платежеспособности клиента.

Начинающему специалисту можно ориентироваться на рынок, изучая предложения конкурентов.

Но копировать минимальную цену не обязательно.

Если кто-то предлагает монтаж ролика за 500 рублей, это не означает, что вы должны работать за 500 рублей.

Еще важнее считать собственную экономику.

Допустим, вы продаете услугу за 5 000 рублей.

На выполнение уходит:

4 часа работы;

1 час общения с клиентом;

1 час на правки;
еще 30 минут на организационные задачи.
Итого – 6,5 часа.

Получается около 770 рублей выручки за час вашего времени до учета налогов и прочих расходов.

Если вы постоянно работаете в таком режиме, то даже при хорошем количестве заказов быстро упираетесь в потолок.

Поэтому цену необходимо рассматривать не только с точки зрения «готов ли клиент заплатить», но и с точки зрения: **«Позволяет ли эта цена мне нормально жить и развиваться?»**

Не надо сразу стремиться к максимальной цене

На первом этапе важнее получить подтверждение рынка.

Иногда разумно выполнить несколько первых заказов по относительно невысокой цене, чтобы:

- понять реальный объем работы;

- получить опыт;

- собрать портфолио;

- получить отзывы;

- обнаружить слабые места;

- понять, что именно нужно клиентам.

Но это не должно превращаться в постоянный демпинг.

Есть большая разница между: «Первые три проекта беру дешевле, чтобы собрать портфолио» и: «Работаю дешево всегда, потому что боюсь назвать нормальную цену».

Первый вариант – инвестиция в старт.

Второй – бизнес-модель, которая постепенно приводит к выгоранию.

Портфолио можно создать до первого клиента

Еще одна проблема новичка: «У меня нет заказов, поэтому у меня нет портфолио. А без портфолио я не могу получить заказ».

Это замкнутый круг.

Его можно разорвать.

Если вы хотите заниматься дизайном – создайте несколько вымышленных проектов.

Хотите писать статьи – подготовьте несколько собственных материалов.

Хотите заниматься монтажом – возьмите открытые исходники, на которые разрешено использование, и сделайте демонстрационный ролик.

Хотите работать с таблицами – создайте пример отчета на вымышленных данных.

Хотите делать презентации – разработайте собственный демонстрационный проект.

Хотите программировать – создайте небольшое приложение или инструмент.

Главное – честно обозначить, что это учебный или демонстрационный проект.

Не нужно выдавать вымышленного клиента за настоящего.

Портфолио должно показывать не историю вашей карьеры, а **то, что вы способны сделать.**

Первый клиент важнее десяти курсов

Начинающий специалист часто пытается сначала подготовиться идеально.

Он покупает курс.

Потом второй.

Потом изучает еще одну программу.

Потом делает новое портфолио.

Потом еще месяц читает о продажах.

В какой-то момент обучение превращается в способ не сталкиваться с рынком.

Но рынок – лучший учитель.

Когда появляется реальный клиент, выясняется:

что задача сложнее, чем казалось;

что клиент использует непонятные термины;

что нужно уметь задавать вопросы;

что правок больше, чем ожидалось;

что работа занимает в два раза больше времени;

что результат необходимо оформлять иначе.

Все это невозможно полностью узнать из курса.

Поэтому после получения минимально необходимого уровня навыков стоит как можно быстрее попробовать получить **первый настоящий заказ**.

Как найти первых клиентов

На российском рынке есть несколько очевидных направлений поиска.

Можно использовать:

фриланс-площадки;

профессиональные сообщества;

каналы и чаты;

социальные сети;

сайты вакансий;

объявления;

собственные профессиональные контакты;

бывших коллег;

знакомых предпринимателей;

прямое обращение к компаниям.

Но существует важное различие между просьбой: «Пожалуйста, дайте мне какую-нибудь работу» и предложением: «Я заметил, что у вас карточки товаров оформлены в разных стилях. Могу подготовить единый комплект из десяти карточек. Вот несколько примеров моей работы».

Второе обращение намного сильнее.

Оно показывает, что специалист не просто ищет деньги, а **видит проблему и предлагает решение**.

Первый клиент может находиться совсем рядом

Новичок иногда сразу ищет неизвестную компанию в интернете.

Но первые заказы часто проще получить через собственное окружение.

Если вы умеете:

делать сайты;

фотографировать;

монтировать;

настраивать рекламу;

создавать презентации;

работать с таблицами;

писать тексты,

подумайте, кому из знакомых предпринимателей или специалистов это может понадобиться.

Возможно, среди знакомых есть владелец магазина, преподаватель, врач, мастер, небольшая компания, производитель или эксперт.

Это не означает, что нужно превращать друзей в постоянных клиентов.

Но для первого опыта собственная сеть контактов может оказаться гораздо эффективнее холодного поиска.

Как превратить разовый заказ в постоянного клиента

Получить один заказ – хорошо.

Получить клиента, который возвращается каждый месяц, – гораздо лучше.

Предположим, вы сделали для компании презентацию.

После выполнения работы можно подумать: «Какая следующая проблема у этого клиента связана с моим навыком?»

Если вы делали тексты, возможно, компании регулярно нужны новые материалы.

Если занимались дизайном – баннеры, карточки товаров и презентации.

Если монтировали видео – новые ролики каждый месяц.

Если работали с таблицами – регулярные отчеты.

Если администрировали сообщество – постоянное ведение.

Так разовый заказ превращается в обслуживание.

А регулярный клиент значительно ценнее случайного.

Не нужно каждый раз заново искать человека, которому нужна ваша работа.

Специализация повышает стоимость

Представим двух специалистов.

Первый: «Делаю дизайн для всех».

Второй: «Создаю карточки товаров для производителей бытовой техники».

Первый потенциально может работать с огромным количеством клиентов.

Но второй выглядит для конкретного производителя более компетентным.

Специализация создает несколько преимуществ:

проще объяснить, чем вы полезны;

проще собрать портфолио;

проще находить клиентов;

проще понимать их проблемы;

проще повышать цену;

проще получать рекомендации.

При этом специализация не обязательно означает отказ от другой работы.

Можно начать широко, а затем посмотреть, какие заказы оказываются наиболее прибыльными и интересными.

Через некоторое время рынок сам может подсказать специализацию.

Как использовать искусственный интеллект

В 2026 году невозможно говорить о продаже навыков, не учитывая ИИ.

Но здесь важно не попасть в другую ловушку.

Не стоит думать: «Теперь ИИ умеет это делать, значит, мой навык больше никому не нужен».

Правильнее спросить: **«Как ИИ позволяет мне выполнять эту работу быстрее или качественнее?»**

Копирайтер может использовать ИИ для создания черновиков и поиска вариантов структуры.

Программист – для генерации типового кода и поиска ошибок.

Дизайнер – для подготовки концепций и вариантов.

Монтажер – для расшифровки речи, субтитров и других рутинных операций.

Аналитик – для обработки и первичного анализа данных.

Ассистент – для систематизации информации.

Репетитор – для подготовки дополнительных заданий.

Но клиент по-прежнему покупает результат.

Если раньше специалист тратил на заказ восемь часов, а теперь благодаря ИИ выполняет его за четыре, это может значительно увеличить его эффективность.

При этом не обязательно вдвое снижать цену.

Если клиент получает тот же или лучший результат быстрее, экономия времени становится **вашим преимуществом**, а не автоматически скидкой для клиента.

Но нельзя продавать клиенту «работу нейросети»

Это особенно важно для текстов, изображений, программирования и других областей.

Если клиент платит вам за готовый результат, он вправе ожидать, что вы его проверите.

Нельзя просто получить материал от ИИ, не проверить факты и отправить заказчику.

ИИ может:

ошибаться;

придумывать факты;

неправильно понимать задачу;

создавать неработающий код;

выдавать неудачные изображения;

нарушать требования к стилю;

пропускать важные детали.

Поэтому конкурентоспособным становится не человек, который умеет нажать кнопку генерации, а человек, который умеет **поставить задачу ИИ, оценить результат, исправить ошибки и довести его до состояния, пригодного для использования.**

Навык можно превратить в систему

На начальном этапе человек продает собственный труд.

Но со временем можно начать продавать стандартизированный результат.

Например, дизайнер сначала каждый раз создает карточки товаров с нуля.

Затем у него появляются:

шаблоны;

библиотека элементов;

собственные инструкции;

автоматизация;

готовые процессы.

Работа становится быстрее.

После этого можно нанять помощника.

Еще позже – принимать больше заказов.

А затем, возможно, создать агентство.

То же самое происходит с программированием, текстами, видео, аналитикой и администрированием.

Поэтому хороший вопрос через несколько месяцев после начала работы звучит так: **«Что из того, что я делаю каждый раз вручную, можно превратить в стандартный процесс?»**

Это уже начало предпринимательского мышления.

Что делать, если навык кажется слишком простым

Допустим, человек умеет только хорошо работать с документами.

Ему кажется, что это никому не нужно.

Но бизнес состоит из тысяч маленьких задач.

Предпринимателю нужно:

привести документы в порядок;

перенести данные;

оформить коммерческое предложение;

подготовить таблицу;

обработать заявки;

собрать информацию;

найти контакты;

проверить документы;

загрузить товары;

подготовить презентацию.

Отдельно каждая задача может стоить недорого.

Но если один специалист способен закрыть десятки таких задач, для предпринимателя это уже имеет ценность.

Поэтому иногда проблема не в отсутствии навыка, а в том, что человек **не видит его коммерческого применения**.

Полезно смотреть на любой навык через вопрос: «Какую работу за деньги этот навык позволяет сделать быстрее, де-

шевле или лучше?»

Что делать, если навыка вообще нет

Тогда есть два пути.

Первый – сначала приобрести навык.

Второй – найти уже имеющийся навык, который можно продать сейчас.

Необязательно начинать с самой престижной профессии.

Иногда человек может получить первые деньги на относительно простой услуге, а параллельно учиться более сложной.

Например:

простые задачи → первые клиенты → опыт → более сложные задачи → специализация → повышение цены.

Это гораздо реалистичнее, чем пытаться за один месяц превратиться в профессионального программиста, дизайнера или маркетолога.

Самое важное ограничение продажи навыка

У этой модели есть один фундаментальный недостаток.

Вы по-прежнему продаете собственное участие.

Даже если специалист хорошо зарабатывает, его возможности ограничены количеством времени и энергии.

Можно увеличить цену.

Можно улучшить производительность.

Можно автоматизировать часть работы.

Но в какой-то момент возникает предел.

Именно поэтому продажа навыка должна рассматриваться не только как способ заработать, но и как возможность построить следующий уровень.

Можно перейти:

от навыка к услуге;

от услуги к постоянному обслуживанию;

от постоянного обслуживания к системе;

от системы к команде;

от команды к бизнесу;

от типовой услуги к собственному продукту.

Не каждый человек захочет проходить весь этот путь.

И это совершенно нормально.

Для кого-то комфортный результат – стабильные 100–150 тысяч рублей в месяц от нескольких клиентов и свободный

график.

Другому человеку нужен бизнес с десятками сотрудников.

Третьему достаточно нескольких заказов в месяц как дополнительного дохода.

Интернет позволяет реализовать все эти варианты.

Универсальная формула превращения навыка в деньги

В итоге весь процесс можно свести к последовательности из нескольких шагов.

1. Найдите то, что вы умеете

Не обязательно уникальный талант. Подойдет обычный профессиональный или бытовой навык, если он полезен другим.

2. Найдите проблему

Кому и зачем нужен этот навык?

Не «кому нужен Excel», а «кому нужно привести в порядок данные».

Не «кому нужен дизайнер», а «кому нужно оформить карточки товаров».

3. Сформулируйте результат

Что конкретно получает клиент?

Чем точнее ответ, тем легче продавать.

4. Сделайте простую услугу

Не нужно сразу создавать десять тарифов.

Начните с одного понятного предложения.

5. Создайте несколько примеров

Даже если настоящих клиентов пока нет, подготовьте демонстрационные работы.

6. Найдите первых потенциальных клиентов

Используйте площадки, сообщества, знакомых, профессиональные контакты и прямые обращения.

7. Получите первые заказы

На этом этапе главная цель – проверить спрос и научиться работать с реальными задачами.

8. Соберите отзывы и портфолио

Теперь у вас уже есть доказательство результата.

9. Повышайте цену

По мере роста качества, опыта и спроса цена должна расти.

10. Специализируйтесь

Определите, какие задачи у вас получаются лучше всего и какие клиенты приносят больше ценности.

11. Создавайте повторяемый процесс

Шаблоны, инструкции, автоматизация и ИИ позволяют уменьшать количество ручной работы.

12. Решите, хотите ли вы масштабироваться

Можно остаться самостоятельным специалистом.

Можно создать команду.

Можно превратить услугу в агентство.

Можно разработать собственный цифровой продукт.

Можно совмещать несколько моделей.

Самый простой старт – не обязательно самый маленький заработок

Продажа собственного навыка часто воспринимается как что-то второстепенное: «Сначала поработаю фрилансером, а потом займусь настоящим бизнесом».

Но это не совсем верно.

Многие серьезные интернет-компании начинались именно с услуги.

Человек сначала обнаруживал проблему клиента, затем учился решать ее самостоятельно, потом понимал, что одинаковая проблема возникает у десятков других компаний. После этого появлялась возможность стандартизировать решение, нанять сотрудников или создать программный продукт.

Поэтому услуга может быть не только способом получить первые деньги.

Она может стать **исследованием рынка за счет самого рынка.**

Вы не пытаетесь угадать, какой продукт кому-то понадобится.

Вы разговариваете с реальными клиентами, выполняете реальные задачи и постепенно видите, за что люди действи-

тельно готовы платить.

Именно поэтому человеку, который хочет начать зарабатывать через интернет в России, совсем необязательно сразу искать «бизнес-идею».

Иногда гораздо разумнее начать с вопроса: **«Что я уже умею делать такого, за что другой человек или компания готовы заплатить мне деньги?»**

Если ответ найден, первый шаг уже сделан.

А дальше начинается самое интересное: поиск клиентов, построение репутации и превращение отдельных заказов в стабильный доход.

4. Фриланс как первая интернет-карьера

Продажа собственного навыка – самый простой способ попробовать заработать через интернет. Но между «я умею делать сайты» и «я регулярно получаю деньги за создание сайтов» есть довольно большая дистанция.

Навык нужно превратить в услугу, услугу предложить конкретным людям, договориться об условиях, выполнить работу, получить оплату и желательно добиться того, чтобы клиент вернулся снова.

Именно этим и занимается фриланс.

В самом простом определении **фрилансер – это специалист, который самостоятельно находит заказчиков и выполняет для них работу, не будучи их штатным сотрудником.**

При этом фриланс не обязательно означает работу исключительно через специальные биржи. Можно получать заказы через знакомых, социальные сети, профессиональные сообщества, собственный сайт, рекомендации или напрямую обращаться к компаниям.

Поэтому фриланс правильнее воспринимать не как конкретный сайт, а как **способ организации профессиональной деятельности.**

Где искать первых клиентов

У начинающего фрилансера есть четыре основных источника заказов:

специализированные площадки;

социальные сети и сообщества;

знакомые и рекомендации;

самостоятельный поиск компаний и людей, которым потенциально нужны ваши услуги.

На первых порах разумно использовать несколько каналов одновременно.

Не стоит ждать, что достаточно создать профиль на одной бирже, написать «готов выполнить любые задания» и через несколько дней появится очередь из клиентов.

Рынок устроен иначе.

Клиенту нужно выбрать вас среди множества других специалистов. Поэтому ваша задача заключается не только в поиске заказов, но и в том, чтобы **стать заметным и убедительным для конкретного типа заказчика.**

Российские фриланс-площадки

В России существует несколько заметных площадок для удаленной работы. Среди универсальных сервисов можно назвать FL.ru, Kwork, Workzilla, Freelance.ru и другие сервисы, ориентированные на различные виды удаленной работы.

У каждой площадки своя механика.

На одних преимущественно публикуются задания, на которые откликаются исполнители.

На других специалист создает собственные предложения услуг, которые заказчик может выбрать.

Есть площадки, где значительную роль играют рейтинг, отзывы и портфолио.

Есть сервисы, ориентированные скорее на простые поручения.

Есть специализированные площадки, где сосредоточены отдельные профессии.

Поэтому вопрос: «Какая биржа самая лучшая?» не имеет универсального ответа.

Правильнее спросить: **«Где находится клиент, которому нужна именно моя услуга?»**

FL.ru

FL.ru – одна из наиболее известных российских площадок для фрилансеров.

На ней представлены программирование, дизайн, тексты, маркетинг, работа с сайтами, переводы, консультации и другие направления.

Площадка предоставляет возможность искать заказы, создавать профиль, демонстрировать портфолио и использовать механизм «Безопасной сделки». По данным самого сервиса, в такой сделке деньги резервируются, а условия работы, переписка и передача результата фиксируются внутри платформы.

Для новичка это особенно интересно потому, что рейтинг и отзывы постепенно создают историю работы.

Однако здесь есть и обратная сторона.

На популярной площадке одновременно работают многие специалисты. Поэтому простого размещения профиля недостаточно.

Kwork

Kwork работает несколько иначе.

Вместо того чтобы просто писать: «Я дизайнер, ищу заказы»,

исполнитель может создать конкретное предложение услуги.

Например: «Оформлю 10 карточек товара».

Или: «Смонтирую короткий ролик до 60 секунд».

Или: «Создам бота».

Такая модель хорошо подходит для стандартизируемых услуг, которые можно описать заранее.

У Kwork также действует механизм безопасной сделки: деньги резервируются до выполнения заказа, а при проблемах предусмотрен арбитраж. Сам сервис отдельно предупреждает пользователей о мошеннических схемах с фальшивыми ссылками, «платным доступом к заказам» и предложениями перевести деньги за пределы платформы.

Для начинающего специалиста это может быть удобным способом проверить спрос на конкретную услугу.

Workzilla и другие площадки

Есть сервисы, ориентированные преимущественно на более простые удаленные поручения: поиск информации, работу с документами, таблицами, контентом, административные задачи и тому подобное.

Есть площадки, которые сильнее ориентированы на отдельные профессиональные категории.

Поэтому не стоит регистрироваться сразу на десяти сайтах.

Лучше выбрать **две-три площадки, где действительно есть ваши потенциальные клиенты**, и качественно оформить профили.

Важно помнить: условия, комиссии, правила вывода денег и механизмы защиты на площадках меняются. Перед началом работы стоит ознакомиться с актуальными правилами конкретного сервиса, а не ориентироваться на старые статьи или советы из видео пятилетней давности.

ВКонтакте и тематические сообщества

Российский интернет не ограничивается биржами.

Для многих профессий важным источником клиентов могут быть сообщества во «ВКонтакте», профессиональные группы и тематические сообщества.

Например, дизайнеру могут быть интересны группы предпринимателей.

Копирайтеру – сообщества владельцев бизнеса, маркетологов и редакторов.

Разработчику – сообщества предпринимателей и профильные технические группы.

Репетитору – местные сообщества родителей.

Фотографу – городские и тематические сообщества.

Главное здесь – не превращать поиск клиентов в бессмысленный спам.

Плохой вариант: «Здравствуйте! Я дизайнер, обращайтесь!»

Еще хуже: «Предлагаю услуги дизайна. Цена низкая. Пишите в личку».

Такие сообщения обычно воспринимаются как реклама и быстро теряются.

Гораздо эффективнее сначала участвовать в жизни сообщества, понимать его аудиторию и реагировать на реальные

запросы.

Если предприниматель спрашивает: «Кто может привести в порядок карточки товаров?», можно ответить конкретно: «Могу помочь. Занимаюсь оформлением карточек товаров. Вот несколько примеров. Если расскажете, сколько карточек нужно обработать, я смогу назвать срок и стоимость».

Это уже не абстрактная реклама, а ответ на конкретную потребность.

Мессенджеры и другие профессиональные сообщества

Хотя в России существуют разные площадки и социальные сети, сама логика работы с ними одинаковая.

Ищите не место, где «сидят фрилансеры», а место, где **сидят потенциальные заказчики**.

Это принципиальная разница.

Если вы копирайтер, вам не обязательно нужно находиться в десяти сообществах копирайтеров. Там много ваших конкурентов и мало покупателей.

Гораздо интереснее сообщества предпринимателей, редакторов, владельцев сайтов, маркетологов и специалистов той отрасли, для которой вы пишете.

Если вы программист, сообщество программистов полезно для профессионального развития, но клиент может находиться среди владельцев бизнеса, руководителей проектов или представителей компаний.

Со временем у хорошего специалиста появляется соб-

ственная сеть контактов.

И тогда значительная часть заказов приходит уже не через биржу.

Прямой поиск клиентов

Это один из наиболее мощных и одновременно наиболее недооцененных способов поиска работы.

Предположим, вы делаете сайты.

Вместо ожидания заказа можно самостоятельно найти небольшие российские компании, у которых:

устаревший сайт;

плохо оформленная страница;

отсутствует мобильная версия;

неудобная форма заявки;

неактуальная информация;

слабая презентация услуг.

После этого можно написать владельцу или ответственно-му сотруднику.

Но письмо должно быть персональным.

Например: «Здравствуйте. Посмотрел ваш сайт и заметил, что на мобильном телефоне форма заявки отображается некорректно. Я занимаюсь разработкой и исправлением подобных проблем. Могу показать, как это можно исправить и сколько это будет стоить».

Это гораздо сильнее, чем: «Здравствуйте! Создам вам сайт дешево и качественно».

В первом случае вы заметили проблему.

Во втором просто пытаетесь продать услугу.

Важное ограничение

Прямой поиск не должен превращаться в массовую рассылку сотен одинаковых сообщений.

Во-первых, это малоэффективно.

Во-вторых, такие рассылки могут создавать юридические и репутационные проблемы, особенно если речь идет о рекламе и массовых сообщениях.

Поэтому лучше использовать **не количество сообщений, а качество выбора потенциального клиента**.

Двадцать хорошо подобранных компаний могут дать больше результата, чем тысяча бездумных рассылок.

Знакомые и бывшие коллеги

Самый недооцененный источник первого клиента – люди, которые уже вас знают.

Если вы раньше работали в компании, у вас наверняка остались бывшие коллеги.

Если вы учились в университете, у вас есть знакомые специалисты.

Если среди друзей есть предприниматели, они могут знать людей, которым нужны ваши услуги.

Не нужно писать: «Мне очень нужны деньги, пожалуйста, найди мне работу».

Можно сообщить значительно проще: «Я начал брать заказы на монтаж видео. Если у тебя или у знакомых будет такая задача, буду рад помочь. Вот примеры работ».

Это не давление.

Вы просто сообщаете рынку, чем теперь занимаетесь.

Как составить портфолио без опыта

Отсутствие опыта – одна из главных проблем начинающего фрилансера.

Но отсутствие клиентов не означает отсутствие возможности показать результат.

Допустим, вы хотите заниматься дизайном.

Создайте три вымышленных проекта.

Например:

оформление карточек условного магазина;

логотип для вымышленного кафе;

рекламный баннер для придуманного сервиса.

Если хотите писать тексты, создайте:

одну экспертную статью;

один продающий текст;

одно описание товара.

Если хотите заниматься монтажом, подготовьте несколько демонстрационных роликов.

Если программируете – разместите несколько проектов с понятным описанием того, что именно вы сделали.

Если работаете с данными – подготовьте пример обработки таблицы на вымышленных данных.

Если создаете презентации – покажите несколько слайдов «до» и «после».

Главное правило

Никогда не выдавайте учебную работу за настоящий заказ.

Можно написать: «Демонстрационный проект».

Это нормально.

Клиент оценивает вашу способность решить задачу, а не обязательно наличие десятилетнего опыта.

Хорошее портфолио из пяти сильных работ зачастую полезнее двадцати слабых.

Портфолио должно объяснять вашу пользу

Просто показать картинку недостаточно.

Хорошо, если возле работы есть краткое описание:

Задача: оформить карточки товара.

Что сделал: разработал структуру, обработал фотографии, создал инфографику.

Результат: подготовил комплект из десяти карточек в едином стиле.

Для программирования можно написать:

Задача: автоматизировать сбор данных.

Что сделал: разработал скрипт обработки файлов.

Результат: ручная обработка заменена автоматизированным процессом.

Так потенциальный клиент понимает не только то, что вы умеете, но и **как вы думаете о задаче**.

Как написать первое предложение заказчику

Представим, что вы нашли подходящий заказ.

Не стоит сразу писать длинную автобиографию.

Заказчику обычно не особенно важно, где вы учились и почему решили стать фрилансером.

Ему важно другое:

поняли ли вы задачу и способны ли ее выполнить.

Хорошее первое предложение обычно содержит четыре элемента.

1. Покажите, что вы поняли задачу

«Правильно понимаю, что вам нужно подготовить 20 карточек товаров в едином стиле?»

2. Кратко покажите релевантный опыт

«Я занимаюсь оформлением карточек товаров, несколько примеров есть в портфолио».

3. Предложите способ работы

«Сначала подготовлю один образец, после согласования оформлю остальные».

4. Назовите срок и цену, если информации достаточно

«Весь комплект смогу подготовить за четыре рабочих дня, стоимость – 12 000 рублей».

Получается короткое, деловое сообщение.

Не нужно писать «готов выполнить задание любой сложности»

Это одна из самых распространенных ошибок новичков.

Фраза: «Здравствуйте, готов выполнить ваш заказ качественно, быстро и недорого» не дает заказчику никакой полезной информации.

Так могут написать сто человек.

Лучше продемонстрировать понимание конкретной задачи.

Например: «Здравствуйте. Посмотрел ваше ТЗ. Могу собрать данные из четырех таблиц в один файл, удалить дубли и настроить автоматическое обновление итогового отчета. По срокам ориентируюсь на два дня. Если в исходных файлах нет скрытых сложностей, стоимость составит 6 000 рублей».

Такой отклик уже выглядит как предложение специалиста.

Не нужно рассказывать всю биографию

Еще одна ошибка – огромное сообщение о себе: «Меня зовут Иван, мне 28 лет, я закончил университет, с детства интересуюсь компьютерами, последние пять лет изучаю дизайн...»

Это может быть интересно позднее.

Но первое сообщение должно быть посвящено **задаче клиента**.

Короткий и конкретный отклик обычно работает лучше длинного резюме.

Как определить цену

Цена – одна из самых сложных тем для новичка.

Есть несколько способов ее определить.

Первый – посмотреть, сколько за аналогичную работу берут другие специалисты.

Второй – оценить, сколько времени займет выполнение.

Третий – оценить ценность результата для клиента.

Лучше использовать все три подхода одновременно.

Допустим, вы создаете презентацию.

Если работа займет 5 часов, а средняя стоимость аналогичных проектов на рынке находится в диапазоне 5 000–15 000 рублей, бессмысленно автоматически ставить цену 1 000 рублей.

Вам нужно учитывать свою квалификацию, сложность конкретного заказа и то, что именно хочет получить клиент.

Считать нужно не только время выполнения

Предположим, заказчик платит 10 000 рублей.

На первый взгляд это хорошая сумма.

Но на работу ушло:

5 часов непосредственно на выполнение;

1 час на переписку;

1 час на поиск материалов;

2 часа на правки;

30 минут на передачу результата и оформление.

Всего – 9,5 часа.

Получается примерно 1 053 рубля выручки за час.

Но это еще не ваш чистый доход.

Из него могут уходить налоги, комиссии площадок, расходы на программное обеспечение, оборудование, интернет и другие затраты.

Поэтому начинающий фрилансер должен привыкать считать **эффективную стоимость своего рабочего часа**.

Почасовая оплата

При почасовой оплате клиент платит за фактически затраченное время.

Например:

1 500 рублей в час.

Такой подход удобен, когда объем работы заранее трудно

определить.

Например:

консультации;

техническая поддержка;

программирование;

работа ассистента;

редактура;

аналитика.

Плюс для исполнителя в том, что дополнительные задачи можно оплачивать отдельно.

Минус – клиенту сложнее заранее понимать конечную стоимость.

Кроме того, возникает неприятный вопрос: «Почему эта задача заняла у вас шесть часов, если другой специалист обещал сделать ее за три?»

Поэтому почасовая модель лучше работает там, где время действительно является естественной единицей услуги.

Проектная оплата

При проектной оплате стороны заранее договариваются:
«Этот проект стоит 30 000 рублей».

Такой подход удобен для:

сайтов;

презентаций;

дизайна;

текстов;

монтажа;

разработки;

настройки автоматизации.

Клиент знает бюджет.

Исполнитель знает, сколько получит.

Но здесь очень важно правильно определить объем работы.

Например: «Сайт – 30 000 рублей» ничего не означает.

А: «Главная страница, пять внутренних страниц, адаптация под мобильные устройства, форма обратной связи, два раунда правок – 30 000 рублей» уже создает основу для нормальной договоренности.

Самая опасная фраза: «А давайте еще вот это»

Предположим, вы договорились сделать презентацию из 20 слайдов.

После выполнения клиент говорит: «Все отлично. А теперь давайте еще десять слайдов, поменяем структуру и сделаем два дополнительных варианта».

Если все это входит в первоначальную цену, ваша экономика начинает разрушаться.

Поэтому еще до начала работы нужно определить:

что входит в проект;

сколько вариантов вы создаете;

сколько раундов правок предусмотрено;

какие материалы предоставляет клиент;

что считается дополнительной работой;

когда проект считается завершенным.

Это не бюрократия.

Это защита обеих сторон от недопонимания.

Как получить первые отзывы

Отзывы – одна из главных валют начинающего фрилансера.

Заказчик видит: 0 отзывов.

И «73 положительных отзыва».

При прочих равных второй специалист выглядит надежнее.

Поэтому первые несколько заказов особенно важны.

Можно сознательно взять несколько небольших проектов, выполнить их максимально аккуратно и попросить клиента оставить отзыв.

Но не стоит покупать фиктивные отзывы.

Во-первых, это разрушает доверие.

Во-вторых, многие площадки борются с искусственным накручиванием рейтинга.

Гораздо ценнее один настоящий отзыв: «Сделал за три дня, быстро реагировал на правки, результатом довольны» чем десяток бессмысленных: «Отличный специалист! Рекомендую!»

Как попросить об отзыве

После успешного завершения работы достаточно написать: «Спасибо за сотрудничество. Если результат вас устроил, буду благодарен за небольшой отзыв на площадке. Для меня сейчас это особенно важно, поскольку я развиваю профиль».

В этом нет ничего необычного.

Большинство клиентов понимают, зачем нужны отзывы.

Почему демпинг – плохая стратегия

Начинающему кажется логичным: «У других цена 10 000 рублей, я поставлю 3 000 и заберу все заказы».

Иногда это действительно позволяет получить первые проекты.

Но как постоянная стратегия демпинг почти всегда плох.

Во-первых, вы привлекаете клиентов, для которых главным критерием является минимальная цена.

Во-вторых, такой клиент часто требует много времени.

В-третьих, вам становится трудно повышать стоимость.

В-четвертых, вы быстро обнаруживаете, что работаете много, а зарабатываете мало.

И наконец, низкая цена может создавать ощущение низкого качества.

Это особенно заметно в услугах, где клиент не способен заранее оценить профессиональный уровень исполнителя.

Что делать вместо демпинга

На старте можно предложить **ограниченную вводную цену**, но объяснить ее.

Например: «Поскольку я собираю портфолио в этом направлении, первые три проекта беру по специальной цене».

Это совсем другое сообщение, чем: «Сделаю в два раза дешевле всех».

В первом случае низкая цена является временным условием.

Во втором она становится вашим позиционированием.

Лучше постепенно повышать цену после каждого этапа роста:

первые работы → отзывы → портфолио → постоянные клиенты → специализация → более высокая стоимость.

Как перейти от мелких заказов к постоянным клиентам

Предположим, вы нашли клиента и сделали ему небольшой проект.

Не нужно после получения денег исчезать.

Подумайте: «Есть ли у этого клиента регулярная потребность в моей работе?»

Если да, можно предложить постоянное сотрудничество.

Например: «Если вам регулярно нужны карточки товаров,

могу взять их на ежемесячное сопровождение».

Или: «Если статьи нужны постоянно, можем договориться о фиксированном количестве материалов в месяц».

Или: «Могу не только настроить таблицу, но и ежемесячно готовить отчет».

Постоянный клиент имеет огромное преимущество.

Представим, что вам нужно каждый месяц найти десять новых заказчиков.

На это уходит огромное количество времени.

Если же пять клиентов регулярно дают работу, вам остается искать всего несколько новых проектов для роста.

Поэтому **стабильность клиентской базы часто важнее количества единичных заказов.**

Почему постоянный клиент выгоднее нового

Представим две ситуации.

В первой вам каждый месяц нужно найти пять новых клиентов.

Во второй у вас пять постоянных клиентов, которые регулярно заказывают работу.

Во втором случае:

меньше времени уходит на продажи;

меньше неопределенности;

лучше понимание задач;

выше доверие;

проще планировать доход;

меньше риск простоев.

Кроме того, постоянный клиент постепенно может доверить вам более дорогие задачи.

Сначала вы делаете ему баннеры.

Потом презентацию.

Потом оформление сайта.

Потом начинаете заниматься всем визуальным контентом.

Так **маленький заказ может стать входной точкой в гораздо более крупное сотрудничество**.

Как сделать так, чтобы клиент возвращался

Клиент возвращается не потому, что вы однажды хорошо сделали работу.

Он возвращается, когда сотрудничество с вами становится удобным.

Для этого важно:

соблюдать сроки;

отвечать в разумные сроки;

не исчезать;

задавать вопросы до начала работы;

предупреждать о проблемах заранее;

не обещать невозможного;

сохранять договоренности;

аккуратно оформлять результат;

не создавать клиенту лишнюю работу.

Иногда клиент выбирает не самого дешевого специалиста.

Он выбирает того, кому **не нужно постоянно объяснять одно и то же.**

Это очень важное конкурентное преимущество.

Профессионализм – это не только качество результата

Представим двух дизайнеров.

Первый создает великолепный дизайн, но отвечает через три дня, постоянно переносит сроки и теряет файлы.

Второй делает просто хороший дизайн, но:

быстро отвечает;

задает правильные вопросы;

соблюдает сроки;

хранит исходники;

заранее сообщает о проблемах.

Многие заказчики выберут второго.

Фрилансер продает не только профессиональный навык.

Он продает **предсказуемость**.

Клиент должен понимать: «Если я отдам ему работу, он доведет ее до конца».

Для бизнеса это очень дорогое качество.

Как избежать мошенников

На старте фрилансер особенно уязвим.

Он хочет получить первый заказ и поэтому готов поверить человеку, который обещает: «Есть легкая работа на 50 000 рублей».

А дальше может выясниться, что для начала необходимо: «Оплатить страховку 1 500 рублей».

Или: «Заплатить за регистрацию».

Или: «Купить доступ к системе».

Или: «Внести гарантийный взнос».

Это один из самых распространенных признаков мошеннической схемы.

Нормальный заказчик платит исполнителю. Исполнитель не должен платить заказчику за возможность работать.

Например, FL.ru отдельно предупреждает фрилансеров о схемах со «страховыми взносами», поддельными сервисами гарантирования и кражей данных аккаунта.

Kwork также прямо предупреждает, что не берет с исполнителей предоплату за получение заказа и что предложения оплатить доступ к заказам являются мошенническими.

Никогда не сообщайте данные карты для «получения оплаты»

Настоящему заказчику для обычного перевода денег не требуется:

- пароль от интернет-банка;
- код из СМС;
- код подтверждения операции;
- полный набор данных карты;
- логин от платежного сервиса.

Особенно опасны сообщения: «Чтобы получить деньги, перейдите по ссылке».

Затем открывается страница, похожая на банковскую или платежную.

Вас просят ввести данные карты.

После этого деньги могут исчезнуть уже с вашей карты.

Если вы работаете через фриланс-площадку, проверяйте операции непосредственно внутри ее официального сайта.

Например, FL.ru рекомендует не переходить по сторонним ссылкам, проверять адрес сайта и вести существенную переписку внутри платформы, если используется ее механизм безопасной сделки.

Осторожно с файлами и программами

Мошенничество бывает не только финансовым.

Заказчик может прислать файл якобы: «Вот техническое задание».

Но внутри может находиться вредоносная программа.

Особенно осторожно следует относиться к неизвестным исполняемым файлам.

Если вам предлагают: «Для выполнения задания скачайте эту программу и войдите через свой аккаунт», это повод остановиться и разобраться, действительно ли программа необходима.

Не нужно отключать антивирус ради выполнения заказа.

Не нужно устанавливать неизвестное программное обеспечение на рабочий компьютер только потому, что заказчик торопит.

Предоплата: когда она разумна

Само наличие предоплаты не является мошенничеством.

Наоборот, при работе напрямую с клиентом предоплата может защищать исполнителя.

Например, стороны договорились:

50% перед началом работы, 50% после сдачи.

Для небольшого проекта это вполне нормальная схема, если условия зафиксированы и понятны обеим сторонам.

Но важно различать: **предоплату от клиента за вашу работу и оплату с вашей стороны за право получить заказ.**

Первое может быть нормальной коммерческой практикой.

Второе – очень сильный сигнал мошенничества.

Техническое задание защищает фрилансера

Чем дороже и сложнее проект, тем важнее письменная фиксация условий.

Даже если вы работаете через площадку, должно быть понятно:

- что нужно сделать;
- в каком формате;
- к какому сроку;
- сколько стоит работа;
- сколько правок входит;
- что предоставляет заказчик;
- как передается результат;
- когда производится оплата.

Это может быть договор, оферта, условия площадки или иная согласованная форма в зависимости от конкретной ситуации.

Не нужно превращать заказ на 2 000 рублей в юридический трактат.

Но проект на 100 000 рублей нельзя начинать с фразы: «Ну, вроде договорились в переписке».

Не делайте большую бесплатную тестовую работу

Работодатели и заказчики иногда предлагают тестовые задания.

Небольшое тестовое задание может быть нормальным способом выбрать специалиста.

Но если вам говорят: «Сделайте бесплатно полноценную статью на 10 000 знаков, разработайте 20 баннеров и подготовьте презентацию на 50 слайдов – мы потом решим», это уже подозрительно.

Вполне возможно, что заказчик собирает бесплатную работу сразу от десятков кандидатов.

Хорошее тестовое задание должно быть:

небольшим;

ограниченным по времени;

связанным с будущей работой;

разумным по объему.

Если потенциальный клиент хочет полноценный коммерческий результат, это уже работа, а не тест.

Как распознать подозрительно выгодный заказ

Чем менее реалистично выглядит предложение, тем осторожнее нужно быть.

Например: «Нужен человек без опыта. Работа два часа в день. Доход 300 000 рублей в месяц. Никаких навыков не требуется».

Это не похоже на нормальную вакансию.

Настоящий рынок обычно сложнее.

За хороший доход требуется хотя бы одно из трех:

востребованный навык;

большое количество работы;

высокая ответственность;

способность приносить бизнесу значимую ценность.

Если вам обещают огромные деньги практически без требований, стоит спросить: «На чем вообще зарабатывает заказчик?»

Если на этот вопрос нет понятного ответа, лучше отказаться.

Когда стоит уходить с биржи

Биржа очень полезна на старте.

Она помогает:

получить первые заказы;

собрать отзывы;

понять цены;

научиться общаться с клиентами;

увидеть спрос;

сформировать портфолио.

Но не обязательно проводить на ней всю карьеру.

Через некоторое время у хорошего специалиста появляются:

постоянные клиенты;

рекомендации;

профессиональная репутация;

собственные контакты;

понимание рынка.

Тогда можно постепенно увеличивать долю прямых заказов.

Это не означает, что нужно немедленно бросать биржи.

Лучше рассматривать их как **один из каналов продаж**.

Идеальная схема развития

Для начинающего фрилансера разумная последовательность может выглядеть примерно так:

Навык



Первые демонстрационные работы



Профиль на одной-двух площадках



Первые небольшие заказы



Отзывы



Портфолио



Более дорогие проекты



Постоянные клиенты



Рекомендации



Прямые заказы



Специализация



Повышение цены

На этом этапе человек уже перестает быть просто «новичком на бирже».

Он становится самостоятельным специалистом с собственной клиентской базой.

Фриланс – это не жизнь на бирже

Это особенно важно понять.

Биржа – всего лишь место, где встречаются продавец и покупатель услуги.

Настоящая карьера строится вокруг четырех вещей:
компетенции, репутации, клиентской базы и способности стабильно давать результат.

Если все четыре появились, источник первого заказа становится уже не так важен.

Клиент может прийти через FL.ru.

Следующий – через знакомого.

Третий – из профессионального сообщества.

Четвертый – по рекомендации.

Пятый найдет вас через ваше портфолио.

Так постепенно формируется то, что гораздо ценнее самой регистрации на фриланс-площадке: **собственный рынок вокруг вашей профессиональной репутации.**

И именно поэтому фриланс можно рассматривать не как временную подработку в интернете, а как **первую полноценную интернет-карьеру.**

На первом этапе человек продает собственное время.

Затем – профессиональный результат.

Потом – опыт и специализацию.

А если захочет двигаться дальше, может начать продавать

уже не только собственный труд, но и работу команды, стандартизированную услугу или собственный продукт.

Но фундамент у всего этого один: **научиться находить человека с проблемой, которую вы умеете решать, и убедить его заплатить вам за решение этой проблемы.**

5. Удалённая работа

Фриланс и удалённая работа часто воспринимаются как одно и то же. На самом деле это разные модели.

Фрилансер продаёт отдельные услуги или результаты работы разным заказчикам.

Удалённый сотрудник работает на компанию примерно так же, как обычный сотрудник, только выполняет свои обязанности через интернет.

У него может быть трудовой договор, фиксированная зарплата, руководитель, рабочие задачи, совещания, отпуск, больничные и другие элементы обычных трудовых отношений.

Разница прежде всего в месте выполнения работы.

Для человека, который хочет зарабатывать через интернет, удалённая работа может оказаться даже более простым вариантом, чем фриланс.

Не нужно постоянно искать новых заказчиков. Не нужно каждый месяц заново продавать себя. Не нужно самостоятельно определять, откуда взять следующий проект.

Компания уже существует, у неё есть продукт, клиенты, процессы и задачи.

Ваша задача заключается в том, чтобы стать частью этой системы и выполнять определённую работу.

Почему удалённая работа имеет смысл рассматривать отдельно

У фриланса есть очевидное преимущество: потенциально можно работать с большим количеством клиентов и постепенно повышать стоимость своих услуг.

Но у него есть и проблема.

Доход может быть нестабильным.

В одном месяце заказов много, в другом мало. Сегодня клиент готов платить 50 000 рублей, а завтра проект закончился.

Удалённый сотрудник обычно получает более предсказуемый доход.

Например, компания нанимает специалиста на должность: «Редактор сайта, полностью удалённая работа, заработная плата 100 000 рублей в месяц».

Если человек проходит отбор и становится сотрудником, ему уже не требуется каждый месяц искать заказы на эти 100 000 рублей.

Он получает конкретные рабочие обязанности и конкретную систему оплаты.

Именно поэтому удалённая работа может быть хорошим переходным этапом между обычной занятостью и самостоятельным заработком в интернете .

Какие профессии особенно подходят для удалёнки

Главный принцип довольно простой:

Чем меньше работа зависит от физического присутствия человека в конкретном месте, тем легче перевести её в удалённый формат.

Поэтому особенно хорошо подходят профессии, результат которых существует в цифровой форме.

Программирование и разработка

Это одна из наиболее естественных областей для удалённой работы.

Разработчик может находиться дома, а код храниться в корпоративных системах.

Удалённо работают:

frontend-разработчики;

backend-разработчики;

мобильные разработчики;

DevOps-специалисты;

тестировщики;

инженеры автоматизации;

специалисты по информационной безопасности;

системные архитекторы.

Для многих таких профессий удалённый формат давно стал обычной частью рынка.

Дизайн

Удалённо могут работать:

графические дизайнеры;

UX/UI-дизайнеры;

веб-дизайнеры;

дизайнеры презентаций;

специалисты по визуальному контенту;

3D-дизайнеры.

Результат работы можно передать через интернет, поэтому физическое присутствие обычно не требуется.

Работа с текстами

Удалённо работают:

копирайтеры;

редакторы;

контент-менеджеры;

технические писатели;

авторы документации;

корректоры;

сценаристы;

специалисты по контенту.

Особенно хорошо удалённый формат подходит там, где компания уже построила электронный документооборот и использует корпоративные системы управления контентом.

Маркетинг и реклама

Значительная часть маркетинговых задач также выполняется через интернет:

- интернет-маркетинг;

- SEO;

- контекстная реклама;

- аналитика;

- SMM;

- email-маркетинг;

- управление рекламными кампаниями;

- контент-маркетинг.

Однако здесь важно различать собственно удалённую работу и работу фрилансера.

Штатный маркетолог может каждый день работать с одной компанией, получать фиксированную зарплату и подчиняться руководителю.

Фрилансер может одновременно вести маркетинг пяти компаний и самостоятельно отвечать за поиск заказчиков.

Продажи

Продажи иногда ошибочно считают исключительно офисной профессией.

На самом деле огромное количество продаж можно проводить по телефону, через видеосвязь, электронную почту и CRM.

Удалённо могут работать:

менеджеры по продажам;

менеджеры по работе с клиентами;

аккаунт-менеджеры;

специалисты по сопровождению;

специалисты по развитию бизнеса.

При этом удалённая работа в продажах часто требует хорошей коммуникации и способности самостоятельно организовывать рабочий день.

Поддержка клиентов

Это ещё одно большое направление.

Компании нужны люди, которые отвечают клиентам:

в чатах;

по электронной почте;

по телефону;

через внутренние системы поддержки.

Для многих таких должностей специальное техническое образование не требуется.

Поэтому поддержка клиентов может стать одним из вариантов входа в удалённую работу для человека без большого опыта.

Аналитика и работа с данными

Здесь особенно много профессий, которые практически изначально цифровые:

- аналитик данных;
- бизнес-аналитик;
- финансовый аналитик;
- специалист по Excel;
- специалист по BI-системам;
- оператор баз данных;
- исследователь.

Если все необходимые данные доступны в корпоративных системах, физическое присутствие сотрудника часто не имеет большого значения.

Административная работа

Даже традиционные офисные обязанности постепенно переходят в удалённый формат.

Удалённо могут работать:

ассистенты руководителей;
координаторы;
специалисты по документообороту;
операторы;
менеджеры проектов;
диспетчеры;
специалисты по обработке информации.

Правда, здесь многое зависит от конкретной компании.

Одна организация может полностью перевести административную функцию на удалёнку, другая будет требовать присутствия в офисе.

Где искать удалённые вакансии

В России удалённые вакансии можно искать на крупных сайтах поиска работы, прежде всего на hh.ru, а также на [SuperJob](https://superjob.ru), [Работа.ру](https://rabota.ru) и других сервисах.

Отдельные вакансии публикуются непосредственно на сайтах компаний.

Есть специализированные каналы и сообщества с вакансиями.

Есть профессиональные сообщества в социальных сетях.

Есть карьерные страницы крупных компаний.

Поэтому не стоит ограничиваться одним сайтом.

Как искать на сайте вакансий

Самая очевидная ошибка – написать в поиске: «Работа в интернете».

Получится огромное количество нерелевантных предложений.

Лучше искать **по профессии**, а удалённость использовать как фильтр.

Например:

бухгалтер + удалённая работа

программист + удалённая работа

редактор + удалённая работа

менеджер по продажам + удалённая работа

оператор поддержки + удалённая работа

Так поиск становится значительно точнее.

Удалённая вакансия и «работа на дому» – не одно и то же

Это важное различие.

Фраза: «Работа на дому»

может использоваться в самых разных объявлениях.

Иногда речь действительно идёт о нормальной удалённой должности.

Но иногда под таким названием скрывается:

сетевой маркетинг;

продажа сомнительных товаров;

работа только за процент;

предложение сначала что-то купить;

финансовая пирамида;

мошенническая схема.

Поэтому смотреть нужно не на заголовок, а на содержание вакансии.

Хорошая вакансия обычно достаточно конкретна.

В ней указаны:

должность;

обязанности;

требования;

условия;

график;

система оплаты;

информация о работодателе.

Чем больше в объявлении туманных обещаний и меньше конкретики, тем осторожнее следует относиться к предложению.

Как отличить настоящую вакансию от подозрительной

Особенностораживаютобещания:

«Доход от 200 000 рублей без опыта».

«Работа два часа в день».

«Никаких специальных навыков».

«Вам ничего не нужно делать».

«Нужно только зарегистрироваться».

«Сначала приобретите обучающий курс».

«Оплатите оформление».

«Купите стартовый набор».

Работа, за которую вам обещают платить, обычно не требует от вас сначала заплатить работодателю за возможность работать.

Если потенциальный работодатель просит деньги за трудоустройство, обучение, оформление или доступ к рабочей системе, это серьёзный повод прекратить общение и проверить компанию.

Как подготовить резюме для удалённой работы

Резюме удалённого сотрудника должно отвечать на один главный вопрос:

Почему компания может доверить этому человеку работу без постоянного физического контроля?

Поэтому недостаточно просто перечислить должности.

Хорошее резюме показывает результаты.

Сравните два варианта.

Плохо: «Работал менеджером по продажам».

Лучше: «Работал с входящими заявками, вел клиентов в CRM, выполнял план продаж».

Ещё лучше, если возможно добавить измеримый результат: «Увеличил конверсию входящих обращений в продажи с 18 до 25%».

Цифры делают опыт намного убедительнее.

Что особенно важно указать для удалённой работы

Если вы уже работали удалённо, обязательно укажите это. Например: «Два года работал полностью удалённо».

Если у вас был гибридный формат: «Три года работал в гибридном формате, большую часть задач выполнял удалённо».

Также полезно перечислить инструменты, с которыми вы умеете работать.

Например:

корпоративные мессенджеры;

видеоконференции;

системы управления задачами;

CRM;

электронный документооборот;

Excel;

Google Таблицы или российские офисные аналоги, если это используется конкретным работодателем;

специализированное программное обеспечение.

Но не превращайте резюме в список из пятидесяти программ.

Указывайте только то, что связано с вакансией.

Не нужно писать «умею работать удалённо»

Само по себе это утверждение мало что значит.

Гораздо убедительнее показать опыт: «Самостоятельно планировал рабочий день, ежедневно работал с CRM, участвовал в видеосовещаниях и сдавал результаты руководителю через корпоративную систему задач».

Это демонстрирует удалённую дисциплину гораздо лучше.

Как проходить онлайн-собеседование

Онлайн-собеседование принципиально не отличается от обычного.

Работодатель хочет понять:

умеете ли вы выполнять работу;

насколько вы подходите команде;

можете ли самостоятельно организовывать работу;

насколько адекватно общаетесь;

понимаете ли задачи;

можно ли вам доверять.

Но у удалённого собеседования есть дополнительные технические требования.

За несколько минут до разговора нужно проверить:

интернет;

микрофон;

камеру;

наушники;

программу видеосвязи;

заряд ноутбука;

освещение.

Это кажется мелочью, но техническая неготовность создаёт очень плохое первое впечатление.

Лучше использовать компьютер, а не телефон

Если собеседование предполагает полноценный разговор с работодателем, желательно подключаться с компьютера.

Телефон подходит для экстренной ситуации, но выглядит менее профессионально.

Камера должна быть установлена примерно на уровне глаз.

В кадре не должно быть хаоса.

Не обязательно создавать студию.

Достаточно нормального рабочего места, хорошего освещения и спокойного фона.

Проверьте звук

Плохой звук способен испортить даже прекрасное собеседование.

Если вокруг шумно, лучше использовать наушники с микрофоном.

Если дома есть дети, домашние животные или другие источники шума, по возможности выберите спокойное помещение.

Работодатель должен слышать вас, а не вашу кухню.

Как отвечать на вопрос «Почему хотите работать удалённо?»

Это довольно распространённый вопрос.

Не лучший ответ: «Потому что не люблю ездить в офис».

Можно сказать: «Мне подходит формат, в котором я могу самостоятельно организовывать рабочее время и сосредоточиться на задачах. У меня уже есть опыт работы удалённо, поэтому я понимаю требования такого формата».

Это показывает, что вы выбираете удалённую работу не просто ради возможности лежать с ноутбуком на диване.

Главная проблема удалённой работы: самостоятельность

В офисе человек постоянно находится в поле зрения коллег.

Можно быстро спросить: «Что делать дальше?»

Можно слышать разговор коллег.

Можно случайно узнать о важном изменении.

Можно просто подойти к руководителю.

Дома этого нет.

Поэтому удалённый сотрудник должен уметь:

сам планировать задачи;

следить за сроками;

задавать вопросы;

сообщать о проблемах;

фиксировать договорённости;

не ждать постоянного контроля.

Работодателю нужен не человек, которого можно заставить работать наблюдением.

Ему нужен человек, которому можно поставить задачу: «Нужно сделать к пятнице» и получить результат к пятнице.

Как показать это на собеседовании

Хорошая формулировка:

«Если задача недостаточно определена, я сначала уточняю результат, срок и приоритет. После этого фиксирую задачу и самостоятельно планирую выполнение. Если вижу риск не успеть, сообщаю об этом заранее».

Для удалённой работы это очень сильный ответ.

Он показывает взрослый подход к организации труда.

Работа из другого города

Удалённый формат позволяет жить в одном городе, а работать на компанию, находящуюся в другом.

Например, человек живет в Ярославле, а компания зарегистрирована в Москве.

Или сотрудник находится во Владивостоке, а работает на компанию из Санкт-Петербурга.

Это одно из главных преимуществ удалённой занятости. Но есть важный нюанс.

«Удалённая работа» не всегда означает «можно работать из любой точки России».

Компания может написать: «Удалённо».

А в описании вакансии указать: «Только для жителей Москвы и Московской области».

Или: «Удалённая работа, но один раз в месяц необходимо присутствовать в офисе».

Или: «Рабочий день по московскому времени».

Поэтому всегда нужно внимательно читать условия.

Часовые пояса

Россия огромна, и это имеет практическое значение.

Для человека из Калининграда рабочий день по московскому времени начинается позже по местному времени.

Для человека из Владивостока, наоборот, московское утро приходится на вечер.

Поэтому при поиске удалённой работы важно выяснить:

по какому времени работает компания;

обязательны ли определенные часы;

нужны ли регулярные совещания;

требуется ли постоянная доступность.

Иногда вакансии полностью удалённая, но сотрудник обязан быть онлайн с 9:00 до 18:00 по Москве.

Для человека с другим часовым поясом это может быть существенным ограничением.

Нужно ли сообщать работодателю город проживания

Если вакансия действительно предполагает работу из любой точки России, сам город может быть не особенно важен.

Но скрывать место проживания, если оно влияет на условия работы, не стоит.

Например, если работодатель предполагает периодические встречи в офисе, а вы живете за несколько тысяч километров, проблема все равно обнаружится.

Гораздо лучше сразу выяснить: «Правильно понимаю, что работа полностью удалённая и присутствие в офисе не требуется?»

Это экономит время обеим сторонам.

Удалённая работа не обязательно означает свободный график

Это ещё один распространенный миф.

Удалённость отвечает на вопрос:

– Где вы работаете?

Но не обязательно отвечает на вопрос:

– Когда вы работаете?

Компания может установить обычный график: 9:00–18:00.

Только вместо офиса вы будете находиться дома.

Может быть гибридная модель:

несколько часов обязательной доступности + свободное распределение остального времени.

А может быть действительно свободный график: главное – выполнить задачи к установленному сроку.

Поэтому перед устройством нужно выяснить именно **режим работы**, а не только место.

Можно ли работать одновременно на несколько компаний

Технически человек может иметь несколько источников дохода.

Но здесь нужно разделять несколько ситуаций.

Первая – у человека есть основная работа и он дополнительно выполняет отдельные проекты как самостоятельный исполнитель.

Вторая – человек одновременно состоит в трудовых отношениях с несколькими работодателями.

Третья – он пытается работать на нескольких работодателях одновременно в одно и то же рабочее время.

Юридические и договорные последствия этих ситуаций различаются.

Поэтому нельзя исходить из простой логики: «Раз работа удалённая, значит я могу взять пять работодателей».

Удалённость не отменяет условий трудового договора и других договоренностей.

Совместительство

Российское трудовое законодательство предусматривает возможность работы по совместительству.

То есть человек может иметь основную работу и одновременно выполнять другую оплачиваемую работу на условиях отдельного трудового договора, если соблюдаются соответствующие требования закона.

Но конкретная ситуация зависит от характера работы, условий договоров и категории работника.

Поэтому если вы собираетесь официально работать сразу в нескольких местах, стоит проверить условия конкретных договоров и нормы Трудового кодекса, а при сложной ситуации получить консультацию специалиста.

Главное правило: не путайте возможность иметь несколько источников дохода с возможностью одновременно полноценно выполнять несколько рабочих обязанностей в одни и те же часы.

Почему «пять удалённых работ одновременно» – плохая идея

В интернете иногда распространяются истории: «Нашел пять удалённых вакансий и теперь получаю миллион рублей в месяц».

Иногда подобное действительно возможно.

Но чаще человек сталкивается с совершенно другой реальностью.

У каждого работодателя есть:

совещания;

сроки;

срочные задачи;

корпоративные системы;

руководитель;

коллеги;

отчеты.

Пять компаний означают пять наборов обязанностей.

В результате человек начинает постоянно переключаться между задачами.

Производительность падает.

Сроки нарушаются.

Качество ухудшается.

Рано или поздно работодатели замечают проблему.

Поэтому гораздо разумнее сначала научиться стабильно

выполнять **одну удалённую работу**, а затем постепенно увеличивать доход.

Более разумная модель: работа плюс небольшой дополнительный доход

Для многих людей оптимальным вариантом может оказаться:

основная удалённая работа + небольшие проекты на стороне.

Например:

- днем человек работает удалённым аналитиком;
- вечером время от времени берет небольшие проекты по обработке данных.

Или:

- основная работа – редактор;
- дополнительно человек пишет несколько коммерческих текстов в месяц.

Такой подход позволяет получить преимущества стабильной зарплаты и одновременно постепенно проверить, способен ли человек зарабатывать самостоятельно.

Удалённая работа как школа бизнеса

Это один из самых интересных аспектов удалённой занятости.

Предположим, вы устроились удалённым специалистом по маркетингу в небольшую компанию.

Через некоторое время вы начинаете понимать:

как компания ищет клиентов;

сколько стоит привлечение клиента;

какие рекламные каналы работают;

как строится воронка продаж;

какие отчеты нужны руководителю;

какие ошибки обходятся дорого.

Получая зарплату, вы одновременно приобретаете **практические знания о бизнесе**.

Это может стать фундаментом для собственного проекта.

Как перейти от сотрудника к самостоятельной работе

Предположим, человек несколько лет работает удалённым дизайнером в компании.

За это время он:

накопил портфолио;

познакомился с рынком;

понял потребности клиентов;

научился оценивать стоимость работы;

получил профессиональные контакты.

Теперь он может начать брать небольшие внешние проекты.

Постепенно появляется:

работа → работа + подработка → несколько постоянных клиентов → самостоятельная деятельность.

При этом необязательно увольняться сразу.

Можно сначала проверить новую модель на практике.

Это намного безопаснее, чем однажды сказать: «С завтрашнего дня я предприниматель».

и обнаружить, что клиентов нет.

Когда имеет смысл уходить из найма

Обычно не стоит увольняться только потому, что вы однажды заработали на стороне сумму, равную месячной зарплате.

Один удачный месяц ничего не гарантирует.

Гораздо важнее увидеть повторяемость.

Например, если дополнительная деятельность приносит:

– 30 000 рублей;

потом:

– 45 000 рублей;

потом:

– 50 000 рублей;

– и это происходит несколько месяцев подряд, ситуация уже выглядит иначе.

Еще лучше, если у вас есть несколько независимых клиентов.

Тогда исчезает зависимость от одного источника дохода.

Главная ошибка при переходе в бизнес

Некоторые люди думают: «Если я умею делать работу, значит, я умею вести бизнес».

Это разные навыки.

Хороший программист может быть плохим предпринимателем.

Отличный дизайнер может совершенно не уметь продавать.

Сильный редактор может не понимать финансов.

Прекрасный маркетолог может не уметь управлять командой.

В наём часть этих функций выполняет компания.

Предпринимателю приходится заниматься ими самому или покупать соответствующие услуги.

Поэтому переход из удалённой работы в собственный бизнес требует освоения дополнительных навыков:

продажи;

переговоры;

финансовое планирование;

работа с договорами;

налоги;

управление клиентами;

организация процессов.

Удалённая работа и собственный продукт

Есть и другой путь.

Не обязательно становиться агентством или заниматься фрилансом.

Удалённый сотрудник может постепенно создать собственный цифровой продукт.

Например:

программу;

сервис;

приложение;

шаблоны;

обучающие материалы;

базу данных;

специализированный инструмент;

платный информационный продукт.

Здесь особенно полезен опыт работы внутри компании.

Вы постоянно сталкиваетесь с реальными проблемами.

Если одна и та же проблема повторяется у множества людей, возможно, её можно решить отдельным продуктом.

Таким образом, удалённая работа становится своеобразной лабораторией.

Вы получаете зарплату, наблюдаете за рынком и одновременно ищете возможности для самостоятельного проекта.

Но нельзя красть идеи и данные работодателя

Это принципиально важно.

Если во время работы вы увидели внутреннюю базу клиентов, коммерческие документы или закрытую информацию, это не превращается автоматически в ваш предпринимательский актив.

То же самое относится к программному коду, дизайнам, текстам, базам данных и другим результатам работы.

Вопросы принадлежности прав зависят от конкретной ситуации, договора и законодательства.

Поэтому строить собственный бизнес нужно на собственных ресурсах и законно полученных знаниях, а не на копировании имущества работодателя.

Как использовать удалённую работу максимально эффективно

Если ваша конечная цель – не просто получать зарплату, а постепенно стать самостоятельным специалистом или предпринимателем, можно сознательно выбирать работу с высокой образовательной ценностью.

Например, вместо: «Где платят на 20 000 рублей больше?», иногда полезно спросить: «Где я за два года получу навыки, которые позволят мне зарабатывать самостоятельно?»

Это особенно важно в начале карьеры.

Одна компания может платить немного больше, но давать очень узкий набор задач.

Другая – немного меньше, но позволять работать с клиентами, продажами, аналитикой, проектами и современными инструментами.

Через несколько лет разница в навыках может оказаться гораздо важнее первоначальной разницы в зарплате.

Удалённая работа подходит не всем

Важно не превращать удалённую работу в универсальное решение.

Некоторым людям дома работать сложнее.

Есть постоянные отвлекающие факторы.

Нет нормального рабочего места.

Сложно соблюдать режим.

Человек чувствует себя изолированным.

Ему постоянно требуется живое общение.

В таких условиях удалённая работа может даже снижать производительность.

Поэтому перед переходом на удалёнку полезно честно оценить:

можете ли вы самостоятельно организовать рабочий день;

есть ли дома нормальное рабочее место;

достаточно ли стабильный интернет;

можете ли вы несколько часов концентрироваться на задаче;

умеете ли вы отделять работу от личной жизни.

Как не превратить квартиру в офис

Одна из главных психологических проблем удалённой работы состоит в том, что работа перестаёт иметь физическую границу.

В офисе человек вышел из здания – рабочий день закончился.

Дома можно открыть ноутбук в 9:00, закрыть его в 18:00, а в 21:30 снова проверить сообщения.

Постепенно возникает ощущение, что работа продолжается круглосуточно.

Поэтому полезно создать хотя бы условные границы:

- отдельное рабочее место;
- фиксированное начало рабочего дня;
- определённое время окончания;
- отключение рабочих уведомлений после работы;
- отдельный рабочий компьютер, если это возможно;
- планирование задач на следующий день.

Это не просто вопрос комфорта.

Человек, который постоянно работает, далеко не всегда работает эффективно.

Удалённая работа как промежуточная ступень

Для человека, который хочет зарабатывать через интернет, существует несколько возможных траекторий.

Первая:

обычная работа → удалённая работа → более высокая квалификация → самостоятельная деятельность.

Вторая:

обычная работа → удалённая работа → фриланс параллельно → собственная клиентская база → бизнес.

Третья:

удалённая работа → понимание отрасли → собственный цифровой продукт.

Четвертая:

удалённая работа → руководящая должность → удалённая команда → собственная компания.

Ни один из вариантов не является универсально лучшим.

Но удалённая работа имеет одно большое преимущество: она позволяет человеку **перенести источник заработка из физического места в цифровую среду, не принимая на себя сразу все риски предпринимателя.**

Это особенно важно для новичка.

Самое главное

Удалённая работа – это не «лёгкие деньги из дома».

Это обычная профессиональная деятельность, перенесенная в цифровую среду.

Она требует квалификации, дисциплины, ответственности и способности самостоятельно организовывать работу.

Зато у неё есть несколько очень сильных преимуществ:

не нужно ежедневно ездить в офис;

можно искать работодателей в других российских городах;

значительно расширяется выбор вакансий;

проще совмещать работу с переездом;

можно постепенно накапливать профессиональную репутацию;

можно параллельно проверять идеи самостоятельного заработка;

полученные навыки можно впоследствии использовать в собственном бизнесе.

Именно последний пункт особенно важен.

Фриланс учит продавать собственную работу.

Удалённая работа учит работать внутри цифровой организации.

А следующая ступень может объединить оба навыка: человек начинает создавать собственную услугу, продукт или

бизнес и уже сам организует работу других людей.

Поэтому удалённую занятость не стоит рассматривать как противоположность предпринимательству.

Для многих людей это может быть **самым безопасным мостом от наёмной работы к самостоятельному заработку через интернет.**

6. ИИ как новый инструмент заработка

Искусственный интеллект за несколько лет перестал быть технологией, которой интересуются только программисты и исследователи. Сегодня он постепенно превращается в обычный рабочий инструмент.

Для человека, который хочет зарабатывать через интернет, это означает важную вещь: **часть интеллектуальной работы, которая раньше требовала нескольких часов человеческого труда, теперь можно выполнить значительно быстрее.**

Текст можно сгенерировать.

Изображение можно создать по описанию.

Видео можно частично собрать при помощи ИИ.

Аудио можно синтезировать.

Программу можно написать с помощью AI-инструментов.

Большой массив документов можно проанализировать.

Исследование можно частично автоматизировать.

А некоторые последовательности действий уже способны выполнять ИИ-агенты, которые не просто отвечают на вопросы, а используют инструменты и самостоятельно проходят несколько этапов задачи. OpenAI, Google и Anthropic в 2026 году активно развивают именно такое направление.

Но отсюда совершенно не следует, что теперь достаточно открыть ChatGPT, написать пару слов и начать получать деньги.

Наоборот.

Чем доступнее становится производство контента и выполнение стандартных задач, тем меньше ценности имеет сам факт умения пользоваться генератором.

Поэтому главный вопрос этой главы звучит не так: «Как заработать на искусственном интеллекте?»

А так: **«Как использовать искусственный интеллект, чтобы решать реальные проблемы клиентов быстрее, дешевле или качественнее?»**

Это принципиально разные подходы.

Что изменилось с появлением генеративного ИИ

Раньше для создания многих цифровых продуктов требовалось обладать конкретным профессиональным навыком.

Чтобы написать хороший текст, требовался автор.

Чтобы создать иллюстрацию, требовался дизайнер.

Чтобы смонтировать видео, требовался видеомонтажёр.

Чтобы написать программу, требовался программист.

Чтобы обработать большой массив информации, требовался аналитик.

Теперь один человек с ИИ-инструментами способен выполнять часть задач сразу нескольких специалистов.

Это не означает, что профессии исчезли.

Происходит другое.

Меняется стоимость отдельных операций внутри профессии.

Например, копирайтер раньше мог потратить два часа на подготовку первого варианта статьи.

С ИИ он способен получить черновик за несколько минут.

Но затем остаётся то, что генератор не решает автоматически:

разобраться в задаче;

проверить факты;

выбрать правильную структуру;

понять аудиторию;

убрать банальности;

исправить ошибки;

добавить экспертность;

привести текст к стилю компании;

отвечать за конечный результат.

Поэтому профессионал становится не обязательно менее нужным.

Но от него требуется другое.

ИИ не отменяет навык, а меняет его

Представим двух авторов.

Первый говорит: «Я умею пользоваться ChatGPT».

Второй говорит: «Я умею создавать коммерческие статьи для российских компаний. Использую ИИ для исследования, структуры и черновика, а затем самостоятельно проверяю факты, редактирую текст и адаптирую его под аудиторию».

Второй специалист значительно интереснее для клиента. Почему?

Потому что первый продаёт **владение инструментом**.

А второй продаёт **результат**.

Это одна из главных идей всей главы.

Что ИИ уже умеет делать

Современные модели способны работать далеко не только с текстом.

ChatGPT, Claude, Gemini и другие системы могут выполнять задачи, связанные с текстом, программированием, изображениями, анализом файлов, поиском информации, исследованием и автоматизацией.

Например, ChatGPT способен анализировать загруженные документы, изображения и таблицы, помогать с исследованиями и создавать различные материалы.

ИИ становится мультимодальным.

Это означает, что он может работать сразу с несколькими

типами информации:

текстом;

изображениями;

аудио;

видео;

документами;

данными;

программным кодом.

Причём границы постепенно стираются.

Например, современная модель может получить изображение, описать его, предложить изменения, создать новый вариант и затем помочь написать текст для публикации.

Но ИИ всё ещё ошибается

Это особенно важно для человека, который собирается зарабатывать с помощью ИИ.

Генеративная модель может написать убедительный текст, который содержит неправду.

Она может:

- придумать несуществующий источник;
- неправильно интерпретировать документ;
- перепутать цифры;
- сделать неверный вывод;
- не заметить противоречие;
- неправильно понять задачу;
- создать визуальную ошибку;
- написать программный код с дефектом.

Улучшение моделей не устраняет эту проблему полностью.

Поэтому профессиональная работа с ИИ предполагает **проверку результата**.

Это особенно важно там, где ошибка дорого стоит.

Например, если вы создаёте развлекательный пост, небольшая неточность может оказаться неприятной.

Если вы готовите финансовый анализ, юридический документ или техническую инструкцию, ошибка может привести к реальным убыткам.

ИИ плохо понимает ответственность

Есть ещё одна фундаментальная проблема.

Модель может создать результат.

Но клиенту нужен человек, который отвечает за то, что этот результат можно использовать.

Представьте предпринимателя, которому требуется рекламная кампания.

Он не хочет покупать: «20 запросов к нейросети».

Ему нужны: «Рекламные материалы, которые можно опубликовать».

Разница огромная.

В первом случае клиент получает процесс.

Во втором – решение проблемы.

Тексты: самый очевидный пример

Тексты стали одним из первых массовых применений генеративного ИИ.

Модель способна подготовить:

статью;

описание товара;

рекламный текст;

пост;

письмо;

сценарий;
инструкцию;
резюме;
структуру презентации;
варианты заголовков;
вопросы для интервью;
краткое содержание документа.

Для автора это огромная экономия времени.

Но одновременно произошла неприятная вещь.

Простой текст стал значительно дешевле.

Если раньше заказчик платил автору за то, что тот способен быстро написать 5 000 знаков, то теперь он может получить приемлемый черновик самостоятельно.

Поэтому рынок постепенно смещается от: «Напишу вам текст» к: «Помогу решить вашу контентную задачу».

Что теперь может продавать автор

Например, не просто: «Напишу статью за 3 000 рублей».

А: «Подготовлю экспертную статью для корпоративного блога: изучу тему, проанализирую конкурентов, соберу фактуру, подготовлю структуру, напишу текст и проведу фактологическую проверку».

ИИ здесь может ускорить значительную часть работы.

Но клиент платит не за генерацию.

Он платит за **готовую статью, которую можно использовать.**

ИИ особенно полезен на черновом этапе

Это относится не только к текстам.

Часто самая дорогая часть работы специалиста заключается не в создании первого варианта, а в:

- понимании задачи;
- поиске правильного решения;
- проверке;
- редактировании;
- согласовании;
- исправлении ошибок.

ИИ прекрасно подходит для генерации вариантов.

Например, дизайнер может попросить его предложить десять концепций.

Редактор может получить несколько вариантов структуры.

Программист может попросить предложить архитектуру.

Маркетолог может быстро получить десятки рекламных гипотез.

Но выбирать из этих вариантов должен человек.

Изображения

Генерация изображений стала отдельным рынком.

ИИ способен создавать:

рекламные иллюстрации;

концепты;

обложки;

фоны;

изображения товаров;

персонажей;

иллюстрации для статей;

варианты дизайна;

раскадровки.

Современные системы также позволяют редактировать существующие изображения естественным языком. Например, можно попросить изменить фон, добавить объект или изменить отдельную часть изображения.

Для бизнеса это означает возможность быстро получить десятки визуальных концепций.

Но здесь возникает та же проблема, что и с текстами.

Сгенерировать картинку легко.

Создать правильную картинку для конкретной коммерческой задачи значительно сложнее.

Где возникает ценность дизайнера

Предпринимателю не обязательно нужна «красивая картинка».

Ему может требоваться:

изображение для конкретной рекламной кампании;

карточка товара;

баннер определенного размера;

визуальная концепция бренда;

серия материалов в одном стиле;

иллюстрация, соответствующая фирменному стилю.

Человек должен понять задачу и обеспечить целостность результата.

ИИ здесь становится инструментом дизайнера.

А не заменой дизайнерского мышления.

Видео

С видео происходит похожий процесс.

ИИ уже позволяет генерировать и редактировать видеоматериалы, создавать отдельные сцены, работать с изображениями и анимацией.

В 2026 году Google, например, развивает Gemini Omni и инструменты Flow, которые позволяют создавать и редактировать видео с использованием генеративных моделей.

Это открывает возможности для:

- рекламных роликов;
- коротких видео;
- иллюстраций;
- социальных сетей;
- презентационных материалов;
- концептов;
- раскадровок;
- предварительной визуализации.

Но полноценный коммерческий ролик всё равно требует понимания:

- сценария;
- композиции;
- монтажа;
- ритма;
- целевой аудитории;

задачи рекламы.

Поэтому появляется новая услуга: **«Производство видео с использованием ИИ»** вместо: «Я умею нажимать кнопку генерации видео».

Музыка и звук

Генеративные модели развиваются и в области аудио.

Они способны помогать создавать:

музыкальные фрагменты;

фоновые композиции;

звуковые эффекты;

озвучку;

голосовые материалы;

музыкальные идеи;

черновики песен.

Google, например, развивает отдельное направление Flow Music с использованием собственной музыкальной модели Lyria.

Это потенциально создаёт рынок небольших заказов:

«Нужна фоновая музыка для ролика».

«Нужна озвучка для серии обучающих видео».

«Нужен звуковой концепт для рекламного проекта».

Но здесь особенно важно учитывать права на использование конкретного результата и условия сервиса.

Нельзя исходить из предположения: «Раз это создала нейросеть, значит, никаких юридических ограничений нет».

Условия использования конкретных инструментов необходимо проверять отдельно.

Программирование

Это одна из областей, где изменения особенно заметны.

ИИ уже умеет:

писать функции;

объяснять код;

искать ошибки;

создавать тесты;

работать с документацией;

преобразовывать код;

помогать проектировать приложения;

создавать отдельные компоненты;

работать с существующим кодом.

Инструменты агентного программирования пошли ещё дальше.

Например, современные coding agents могут самостоятельно работать с репозиторием, запускать инструменты, исправлять код и проходить несколько этапов задачи. Исследование Anthropic по сотням тысяч сессий Claude Code показывает, что пользователи постепенно переходят от простых подсказок к более самостоятельным агентным рабочим процессам.

Это серьёзно меняет профессию программиста.

Но программист всё ещё нужен

Потому что заказчик редко говорит: «Напишите мне функцию на Python».

Обычно он говорит: «Мне нужен сервис, который будет автоматически обрабатывать эти заявки».

Это уже бизнес-задача.

Нужно понять:

какие данные поступают;

что должно происходить с ними;

где хранить информацию;

как обеспечить безопасность;

что делать при ошибке;

как интегрировать систему с существующими сервисами;

как тестировать результат;

как поддерживать систему после запуска.

ИИ может написать значительную часть кода.

Но ответственность за архитектуру и конечный результат остаётся на человеке .

Анализ данных

ИИ может значительно ускорить работу с таблицами и данными.

Например, ему можно поручить:

очистить данные;

найти аномалии;

сгруппировать информацию;

объяснить структуру таблицы;

построить расчеты;

предложить визуализацию;

сформулировать выводы;

подготовить черновик отчета.

Но опять возникает вопрос проверки.

Если модель неправильно поняла колонку или ошиблась в формуле, красивый отчет может оказаться совершенно бесполезным.

Поэтому специалист по данным становится не менее важен.

Просто его работа всё чаще выглядит как:

данные → постановка задачи → ИИ-обработка → проверка → интерпретация → решение.

Исследования

ИИ особенно хорошо подходит для первичной исследовательской работы.

Например: «Нужно сравнить двадцать конкурентов».

Или: «Нужно изучить российский рынок определенного товара».

Или: «Нужно разобраться в научной литературе по конкретной теме».

Современные инструменты глубокого исследования способны самостоятельно выполнять многошаговый поиск, анализировать большое количество источников и формировать структурированный отчет. OpenAI, например, развивает Deep Research именно в этом направлении и в 2026 году добавил возможность ограничивать поиск доверенными сайтами и подключенными источниками.

Это может сократить часы или даже дни рутинного поиска.

Но исследование всё равно требует человека.

Нужно понимать:

какие вопросы задавать;

какие источники считать надежными;

как проверять противоречия;

какие данные являются существенными;

где заканчиваются факты и начинаются предположения.

Исследователь с ИИ

Поэтому появляется новая профессия или, точнее, новый формат старых профессий.

Человек не сидит несколько дней, вручную просматривая сотни документов.

Он строит исследовательский процесс:

формулирует вопрос;

определяет источники;

поручает ИИ первичный поиск;

получает материалы;

проверяет ключевые сведения;

проводит собственный анализ;

превращает результат в понятный для клиента документ.

Это уже гораздо более ценная услуга, чем: «Я умею пользоваться Deep Research».

Автоматизация бизнеса

Здесь потенциально находится один из самых интересных рынков.

У любого бизнеса есть повторяющиеся процессы.

Например:

пришла заявка → данные занесены в CRM → менеджеру отправлено уведомление → клиенту отправлено письмо → через два дня создано напоминание.

Раньше для автоматизации требовалось достаточно много ручной настройки.

Сегодня часть таких процессов можно строить с использованием ИИ и автоматизационных платформ.

Специалист может предложить компании: «Я проанализирую ваши повторяющиеся операции и автоматизирую те, которые не требуют постоянного участия сотрудника».

Клиенту неважно, сколько в процессе было использовано нейросетей.

Ему важно, например, что менеджер теперь экономит два часа каждый день.

Самая сильная услуга: автоматизация конкретной боли

Представим интернет-магазин.

Каждый день сотрудник вручную:

получает таблицу;

проверяет остатки;

формирует отчет;

отправляет его руководителю;

пишет менеджерам о товарах, которые заканчиваются.

Вы можете предложить: «Давайте автоматизируем этот процесс».

После внедрения сотрудник вместо двух часов тратит на него 15 минут.

Вот здесь появляется настоящая экономическая ценность.

ИИ является частью решения.

Но клиент покупает экономию времени и снижение количества ручной работы.

ИИ-агенты

Следующий этап развития ИИ связан с агентами.

Обычный чат работает примерно так:

человек → запрос → ИИ → ответ.

Агентный подход выглядит иначе:

человек → цель → ИИ → план → инструменты → действия → проверка → результат.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.