

Марина Николаевна КИЧЕРОВА<sup>1</sup>  
Надежда Витальевна ЛАБЗОВА<sup>2</sup>

УДК 316.453

## САМОЗАНЯТОСТЬ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ

<sup>1</sup> кандидат социологических наук, доцент  
кафедры общей и экономической социологии,  
Тюменский государственный университет  
m.n.kicherova@utmn.ru; ORCID: 0000-0001-5829-7570

<sup>2</sup> студент направления «Социология»,  
Тюменский государственный университет  
labzova1408@gmail.com

### Аннотация

Самозанятые как социально-профессиональная группа отличаются нестабильностью, неопределенностью социальных позиций, прекаризацией, что определяет актуальность темы. Цель представленного в статье исследования заключается в выявлении особенностей самозанятых в индустрии красоты, составлении их социального портрета. В работе представлен анализ теоретических подходов к изучению самозанятости, межстрановой сопоставительный анализ регулирования самозанятости населения, раскрыты социально-правовые аспекты, выявлена отраслевая специфика самозанятости в индустрии красоты.

В ходе эмпирического исследования, которое реализовано при помощи количественных (анкетный опрос, N = 112) и качественных методов (глубинное полуструктурированное интервью, 12 информантов), выявлены трудовые ценности самозанятых в индустрии красоты, спектр предоставляемых услуг, характеристика и условия работы, стратегии продвижения на рынке труда.

Исследование показало, что самозанятые работают в одиночку, без привлечения сотрудников. Большая часть самозанятых в индустрии красоты работает в нефор-

---

**Цитирование:** Кичерова М. Н. Самозанятость в индустрии красоты как социальное явление / М. Н. Кичерова, Н. В. Лабзова // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2020. Том 6. № 4 (24). С. 110-131. DOI: 10.21684/2411-7897-2020-6-4-110-131

---

мальном секторе, без регистрации, что несет риски и социальные издержки для его участников. По итогам составлен социальный портрет самозанятых в индустрии красоты: это преимущественно женщины в возрасте до 36 лет, которые предоставляют парикмахерские услуги, услуги ногтевого сервиса, наращивания ресниц, массажа, татуажа. Выявлены способы регистрации их деятельности, основные механизмы формирования клиентской базы, площадки для поиска клиентов, интенсивность труда, каналы получения профессиональных навыков, особенности организации рабочего пространства. Установлено, что региональная программа «Самозанятость», направленная на понижение налоговой ставки и оказание материальной помощи, не пользуется популярностью среди самозанятых в индустрии красоты, работающих в г. Тюмени. Выявлены преимущества и недостатки самозанятости, основные риски. В заключении представлены выводы исследования, а также предложены рекомендации для региональных властей, способствующие развитию самозанятости в индустрии красоты, легитимации трудовых отношений данной социально-профессиональной группы.

**Ключевые слова**

Самозанятость, индустрия красоты, самозанятые, индивидуальная трудовая деятельность, трудовая мотивация, предпринимательство, рынок труда, неформальная занятость.

DOI: 10.21684/2411-7897-2020-6-4-110-131

**Введение**

Самозанятые являются социально-профессиональной группой, позиции которой слабо определены в современном обществе. Ряд исследователей отмечают у них отсутствие полной, гарантированной занятости, и на этом основании относят их к категории прекариата (Ж. Т. Тощенко, Г. Стэндинг). С другой стороны, самостоятельная занятость может рассматриваться как ступень, первый шаг деловой инициативы на пути к предпринимательству, созданию бизнеса. Часто самозанятые находятся в неформальном секторе экономики, поэтому государство предпринимает меры для легализации их деятельности. В различных странах существенно отличается опыт государственной поддержки самозанятых, правила и процедуры регулирования их деятельности. Развитие рыночной экономики в постсоветской России повлекло существенное увеличение самостоятельной занятости населения в разных сферах, в том числе в индустрии красоты, в связи с этим стали кардинально меняться правовые и социальные нормы. На протяжении последних 10 лет активно внедряются специальные программы поддержки, содействия выходу на самозанятость. Однако в социально-профессиональной структуре российского общества данная группа до сих пор находится в неопределенном состоянии: многие работают без регистрации, в неформальном секторе, стратегии действий самозанятых на рынке труда мало изучены, что подтверждает актуальность данной темы исследования.

Цель статьи заключается в выявлении особенностей профессиональной деятельности самозанятых в индустрии красоты и составлении их социального портрета на примере регионального опыта Тюменской области. Для достижения данной цели будут последовательно решены исследовательские задачи: раскрыты теоретические основания для изучения феномена самозанятости, выявлена отраслевая специфика самозанятости в индустрии красоты, спектр предоставляемых услуг. На основе эмпирического исследования выявлены доминирующие мотивы к самостоятельной занятости, характер и условия труда самозанятых, опыт получения профессиональной подготовки, информированность об условиях и оценка эффективности реализации региональной программы «Самозанятость», стратегии продвижения самозанятых на рынке труда, раскрыты ключевые преимущества и недостатки самозанятости в индустрии красоты.

#### *Теоретические предпосылки исследования*

Самозанятость как социологическая категория не имеет однозначной трактовки, существенно отличаются подходы к ее определению. Ряд зарубежных исследователей рассматривает самозанятость преимущественно как внеорганизационную и неформальную занятость. В частности, К. Гирц отмечал, что под самозанятыми понимаются люди, находящиеся в неформальном секторе. Изучая предпринимательство в Индонезии, он ввел термин «базарная экономика». Ее особенностями являются высокая степень индивидуалистичности, особый тип клиентских отношений, гибкая модель неформальных личных связей [2, с. 56] — именно из них вытекают характеристики самозанятости как социального явления.

К. Харт, исследуя занятость в Африке, полагал, что безработица в данном регионе находится на уровне 50%, так как крупные компании обеспечивали ограниченное число рабочих мест. Однако его исследование показало, что люди самостоятельно создавали для себя возможность заработать и находили собственные способы выживания: на улицах города было полно мелких торговцев, таксисты и носильщики предлагали свои услуги. В результате его исследования данный сегмент экономики оказался в фокусе пристального внимания, стали появляться попытки упорядочить эту деятельность, создавать программы специальной помощи для развивающихся стран [10, с. 107-120]. Особая система социальных отношений в неформальном рыночном секторе позволяет выделить ключевые показатели самозанятости — собственный способ выживания при поиске работы, необходимость дополнительной внешней поддержки со стороны государства.

Г. Стэндинг относил самозанятых к категории прекариата. Среди ключевых характеристик отмечал нестабильность данной социальной группы, неустойчивое социальное положение, слабую социальную защищенность, нестабильный доход. Представители прекариата слабо связаны с профессиональным сообществом, их отличает «личностная позиция непричастности и ментальная непринадлежность к общественно приемлемой для данной профессии профессиональной морали» [14, с. 24].

Оценивая социальное положение данной социально-профессиональной группы в российском контексте, Ж. Т. Тощенко подчеркивает: «прекариат лишен перспективы, не видит будущего при нынешнем устройстве общества и государства» [15, с. 13]. По данным статистики, в российском обществе прекариат фактически является депрофессиональным классом. Если в 1995 г. только 17,6% не могли найти работу по своей специальности, то в 2002 г. в структуре населения таких было уже 37%, а в 2013 г. — уже 49,1% [1, с. 52-60]. Потеря работы сопровождается утратой профессиональной идентичности, ослаблением социальных связей и деловых контактов, многие имеющиеся навыки не находят применения на новом месте. Представители прекариата готовы трудиться на любом рабочем месте, условия работы, как правило, мало зависят от собственного выбора. В таком контексте самозанятость рассматривается как вынужденные действия индивида, потребность обеспечить свое существование.

Самозанятость как социально-экономический феномен определяют такие ключевые признаки: работа в одиночку, без привлечения дополнительных сотрудников, вознаграждение зависит от полученных доходов [8, с. 1]. В международном дискурсе самозанятость трактуется как деятельность самостоятельных независимых работников, в которой используется собственный труд (self-exploitation), регулируемая национальными правовыми рамками [17]. В российском контексте самозанятость понимается как индивидуальная трудовая деятельность в рыночных условиях, в том числе деятельность предпринимателей без образования юридического лица [3, с. 1]. В целях оказания мер социальной поддержки самозанятость может рассматриваться как форма занятости для группы лиц, желающих выйти на самообеспечение, нуждающихся в социальной помощи [11, с. 1].

Анализ научных подходов к определению феномена самозанятости позволяет выделить его существенные характеристики: это форма занятости, в которой участвуют лица, не имеющие работодателя, они получают доход от самостоятельной деятельности, вознаграждение за свой труд получают непосредственно от заказчиков. С точки зрения социологического анализа, самозанятость как модель социально-трудовых отношений непосредственно не связана с эксплуатацией чужого труда, самозанятые не имеют наемных работников [5, с. 156-178].

Межстрановой сопоставительный анализ показывает, что государства по-разному регулируют вопросы самозанятости населения. В Соединенных Штатах Америки самозанятым считается гражданин, который имеет собственное дело, работает в качестве независимого подрядчика или члена общества с ограниченной ответственностью. Наряду с подоходным налогом, самостоятельные работники обязаны платить социальный налог [13, с. 79-87]. Американский опыт интересен тем, что такой подход дает весьма широкие возможности для развития своего дела, предпринимательства, личной деловой инициативы.

В Великобритании самозанятость является весьма распространенной практикой, имеет некоторые национальные особенности в вопросах правового регулирования. Так, если работа выполняется на дому, то требуется разрешение от местных властей на использование части жилой площади под помещение

для оказания услуг. В том случае, если при выполнении работ необходимо хранение информации о контрагентах, партнерах, ведение клиентской базы, то обязательным условием является регистрация в Управлении по информации. В соответствии с законодательством, самозанятые обязаны оформить страхование гражданской ответственности и вести учет финансовых операций [14, с. 77]. Опыт Великобритании показателен тем, что позволяет проследить динамику процессов регулирования самозанятости. Изначально мигранты, которые не могли трудоустроиться в формальном секторе экономики и были вынуждены работать неформально, составляли маргинальную группу, которая рассматривалась как «арена выживания» для бедного населения. Однако постепенно, благодаря продуманной социальной политике, данное пространство трудовых практик преобразовалось в популярный, легитимный вид занятости, который хотя и имеет ряд ограничений на законодательном уровне, существует и развивается.

Особенности регулирования самозанятости можно увидеть в Нидерландах. Здесь для лиц, получающих пособие по безработице, предоставляется возможность получить кредит на развитие своего дела, компенсировать дополнительные расходы на обучение, связанное с созданием нового бизнеса [4, с. 21]. Выход на самозанятость всячески поддерживается, стимулируется, для некоторых отраслей необходимо приобрести лицензию. Собственная активность, желание самостоятельно работать находит институциональную поддержку.

В странах Европейского союза самозанятый рассматривается как самостоятельный работник, «получающий прибыль за свою деятельность в условиях, установленных национальным законодательством» [17, с. 1]. В документах международных организаций акцентируется, что необходимо содействовать развитию деловой инициативы и самозанятости населения. Для поддержки и максимального содействия, облегчения процедурных вопросов издаются директивы о взаимном признании дипломов, сертификатов и других доказательств формальной квалификации [17]. Таким образом, практики самозанятости поддерживаются, регулируются преимущественно на национальном уровне: каждая страна формирует налоговое законодательство, реализует меры социального обеспечения, регулирует предпринимательское право, рынок труда и страхование.

В российском обществе также принимаются меры для регулирования самостоятельной занятости населения. Ретроспективный обзор и анализ содержания нормативно-правовых актов, связанных с регулированием самозанятости, показывает изменение государственной политики в отношении самостоятельной занятости населения. Принятие законов «Об индивидуальной трудовой деятельности» в 1986 г. и «О кооперации» в 1988 г. стало кардинальным переворотом в общественном сознании: самозанятость превратилась в норму. Если раньше такая трудовая деятельность была под запретом, то теперь она стала легитимной практикой. Однако указанные законы скорее ограничивали самозанятых, чем давали им возможности для развития своего дела: патент выдавался не более чем на пять лет, допускались лишь определенные виды трудовой деятельности, категорически

запрещалось использовать наемный труд. Новые трудовые практики самозанятости в постсоветской России складывались медленно и весьма противоречиво.

Так, в 1994 г. появилась легитимная группа предпринимателей без образования юридического лица. Устанавливалось, что гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя [3, с. 1]. Определенные Гражданским кодексом Российской Федерации правовые рамки позволяли предпринимателям без образования юридического лица (фактически самозанятым гражданам) заключать хозяйственные договоры от своего имени и обязывали их выступать самостоятельными плательщиками налогов [3, с. 15].

Ретроспективный обзор исследований самозанятости, а также нормативно-правовых аспектов ее регулирования показал, что в российском контексте феномен самозанятости имеет ряд особенностей, социально-экономическое и правовое содержание данной категории остается размытым. По мнению Т. И. Заславской, «их основная особенность [самозанятых] — индивидуальный характер деятельности, отсутствие в нем организационного компонента, связанного с обеспечением совместной работы людей» [5, с. 143]. Примечательно, что во многих законодательных актах, которые были приняты ранее, понятие «самозанятый» не использовалось, хотя фактически речь шла именно об этой категории самостоятельных работников.

Современный этап ознаменовался принятием новых регламентирующих процедур для независимых самозанятых работников. С 2018 г. в России начался экспериментальный проект по введению специального налогового режима для самозанятых. Пилотный проект стартовал в четырех регионах (Москва, Московская и Калужская область, республика Татарстан) и будет проводиться в течение десяти лет до декабря 2028 г. [10]. С января 2020 г. число регионов, участвующих в эксперименте, значительно расширилось: присоединились Волгоградская, Воронежская, Ленинградская, Омская, Новосибирская, Свердловская области, Красноярский и Пермский край и ряд других территорий, в том числе Тюменская область [9]. Остальные регионы добровольно могут присоединяться к эксперименту по решению региональных властей.

Предпринятые меры направлены на легализацию трудовой деятельности самозанятых: предполагается, что понижение налоговой ставки и отсутствие отчетности выступят стимулом для самозанятых граждан, позволят вывести их профессиональную деятельность из теневого сектора. Физические лица и индивидуальные предприниматели, которые переходят на новый специальный режим (самозанятых), могут платить с доходов от самостоятельной трудовой деятельности только налог по льготной ставке — 4 или 6%, пенсионное страхование осуществляется на добровольной основе. Для облегчения процедуры создан специальный электронный сервис «Мой налог» — бесплатное мобильное приложение, позволяющее зарегистрироваться в качестве самозанятого. Современные цифровые решения позволяют вести учет доходов автоматически, в мобильном приложении, декларации предоставлять не нужно.

Аналитический обзор международного опыта показал, что каждая страна прошла свой путь позитивной эволюции в развитии и поддержки самозанятости населения. В современной России институциональные условия для стимулирования и поддержки самозанятости находятся на стадии формирования. Появление законов ознаменовало институционализацию самозанятости в качестве легитимной трудовой практики, однако в социальной реальности и общественном сознании новые нормы и процедуры приживаются с большим трудом. Самостоятельно занятые граждане имеют нестабильный доход, сами планируют и организуют собственную трудовую деятельность, их деятельность является внеорганизационной, данная группа ограничена в доступе к механизмам социальной защиты со стороны государства, лишена социальных гарантий.

#### *Отраслевая специфика самозанятости в индустрии красоты*

Специфика самозанятости существенно различается в зависимости от сфер экономической деятельности. В рамках данного исследования сфокусируемся на индустрии красоты, которая понимается как отрасль, занимающаяся косметическим обслуживанием, а также производством и распространением косметических средств. К самозанятым в индустрии красоты можно отнести специалистов следующих направлений профессиональной деятельности: парикмахер (мастер женской и мужской стрижки, парикмахер-стилист), мастер ногтевого сервиса (маникюр и педикюр), косметолог, массажист, мастер татуажа.

В соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД), предоставление услуг в области индустрии красоты соответствует сфере бытовых услуг. Парикмахерские и салоны красоты предоставляют индивидуальные услуги, их подробная классификация раскрыта в ОКВЭД 96.02, включает такие виды деятельности, как мытье волос, стрижка и укладка, другие подобные работы, выполняемые для мужчин и женщин; маникюр и педикюр, макияж, массаж лица и т. п. Расширенный перечень видов услуг включает наращивание и завивку ресниц, косметический комплексный уход за кожей рук, стоп, лица и шеи, аппаратный массаж, услуги СПА-ухода и др. [12, с. 1]. Довольно широкий спектр услуг делает данную сферу весьма доступной и привлекательной для развития практики самозанятости. Мастера в области индустрии красоты могут формировать собственный набор услуг, предлагаемый для клиентов, самостоятельно выбирать место для работы, технологии, материалы и инструменты, устанавливать цены на свои услуги.

Анализируя перечень услуг в индустрии красоты, важно отметить, что они могут быть предоставлены как в салоне, так и у частного мастера (самозанятого). Требования к организации рабочего места и профессиональной подготовке мастера минимальны. Таким образом, самозанятые в индустрии красоты имеют достаточную свободу в выборе места своей работы и организации рабочего пространства. Они могут предоставлять услуги на дому (у себя или у клиента), в салоне красоты, в оборудованных офисных помещениях, в специальных коворкингах.

Для подготовки специалистов в этой сфере, чтобы начать самостоятельную профессиональную деятельность, требуются, как правило, краткосрочные обучающие курсы, продолжительность которых может быть от одного дня до нескольких месяцев. Профессиональное обучение реализуется в учреждениях среднего профессионального образования, современные колледжи предлагают специализацию по направлениям парикмахер-стилист, косметолог и обеспечивают получение диплома государственного образца. Однако для самостоятельной трудовой деятельности в этой сфере нужен не столько формальный диплом, сколько реальные практические навыки. Поэтому многие самозанятые для получения профессиональной подготовки предпочитают посещение мастер-классов опытных мастеров, краткосрочные интенсивные курсы, обеспечивающие практическую подготовку. На рынке образовательных услуг имеется множество предложений профессиональной подготовки в индустрии красоты. Важно подчеркнуть, что более длительные курсы, которые предлагают студии красоты, включают в себя несколько направлений деятельности и обеспечивают профессиональную подготовку специалиста сразу в нескольких областях [6, с. 205]. Такое обучение обычно завершается выдачей диплома или сертификата.

Правовое регулирование деятельности самозанятых в индустрии красоты осуществляется на уровне регионов, субъекты Российской Федерации могут самостоятельно добавлять в перечень видов самостоятельной занятости населения другие виды деятельности. В Тюменской области в список направлений самозанятости включено развитие салонов красоты. В регионе принята специальная программа, направленная на поддержку самозанятости, которая предполагает оказание мер социальной поддержки и понижение налоговой ставки. Таким образом, самозанятость в индустрии красоты представляет собой целый спектр видов экономической деятельности в сфере бытовых услуг, который включает в себя предоставление парикмахерских услуг, ногтевого сервиса, перманентного макияжа, массажа и прочих. Эти виды деятельности не требуют длительной профессиональной подготовки, обучение связано с получением практического опыта у мастеров. Указанные виды деятельности, связанные с развитием индустрии красоты, поддерживаются государственными программами на уровне регионов, обеспечивая пониженную налоговую ставку и материальную поддержку для самозанятых.

### **Материалы и методы**

Эмпирическое исследование было проведено в г. Тюмени с использованием количественных и качественных социологических методов: анкетного опроса и глубинного полуструктурированного интервью. Опрос самозанятых в индустрии красоты был реализован с использованием сервиса «Google forms», объем выборки 112 человек. Выборка целевая, поточная — анкета была доступна для заполнения на специальных тематических площадках, в целевых группах, связанных с индустрией красоты в социальной сети «ВКонтакте». Данные анкетного опроса обрабатывались при помощи программы SPSS.



В дополнение к анкетному опросу использовался метод глубинного интервью, которые проводились с представителями индустрии красоты, имеющими опыт самозанятости (участие приняли 12 информантов). Интервью проводились при помощи программы Skype, сопровождались аудиозаписью разговора, после чего были расшифрованы, составлены транскрипты. Анализ данных проводился на основе принципов качественной методологии (интерпретационный нарративный анализ) с опорой на ключевые положения символического интеракционизма и феноменологии, что позволило увидеть разнообразие жизненного опыта, важные детали и разнообразие практик социально-профессиональной деятельности самозанятых в индустрии красоты. Триангуляция методов — сочетание количественного и качественного подхода при сборе и анализе данных для изучения феномена самозанятости в индустрии красоты — обеспечила необходимую глубину анализа, валидность полученных результатов.

### Результаты исследования

Анализ данных показал, что самозанятые в индустрии красоты предоставляют населению широкий спектр услуг, имеют специализацию в разных направлениях. Среди респондентов, самозанятых в индустрии красоты, большая часть являются мастерами ногтевого сервиса (маникюра и педикюра) — 46%, мастером-бровистом работают 16% респондентов, мастером по наращиванию ресниц — 15%, предоставляют услуги депиляции 10% респондентов, услуги массажа — 7%, работают визажистами 7%, парикмахерами-стилистами — 6%, мастерами женской и мужской стрижки — 5%, косметологами — 3%, а также 1% в выборке составили мастера перманентного макияжа, моментального загара и тату. Наиболее представительными в выборке оказались мастера ногтевого сервиса, которые предоставляют услуги маникюра/педикюра. А наименее представлены косметологи и мастера перманентного макияжа, тату. Данный факт может быть связан с тем, что указанные услуги предоставляются преимущественно в лицензированных косметологических салонах, требуют специальных условий, поэтому мастера данных направлений редко выбирают способ самостоятельной занятости. Чаще всего самозанятыми предоставляются услуги маникюра и педикюра, так как данная услуга весьма популярна среди широких слоев населения, доступна по цене, для ее проведения не нужна большая площадь, требования к оборудованию рабочего пространства для предоставления услуги минимальны.

Самозанятых, для которых индустрия красоты — основной вид профессиональной деятельности, оказалось 36%, 19% домохозяек, 23% студентов, и 22% совмещают деятельность в индустрии красоты с другой работой. Среди всех опрошенных 31% планируют в будущем создать свой бизнес. Эти данные позволяют говорить о перспективах развития самозанятости, потенциале расширения деятельности.

Самозанятые имеют различный профессиональный опыт и стаж работы: из числа опрошенных 20% работают в данном формате менее одного года, они

только осваивают практику самозанятости. Стаж работы от 1 до 3 лет имели 52% респондентов, это самая большая группа в выборке, 4-6 лет работают в форме самозанятости 23%. Более продолжительный стаж самозанятости (7-9 лет и 10 лет) имеют всего 3% респондентов. Показатели специального стажа позволяют говорить о том, что самозанятость в индустрии красоты представляет собой скорее кратковременные этапы в профессиональной деятельности, нежели продолжительные периоды профессионального развития. Не совмещают самозанятость с другой работой 36% опрошенных, совмещают — 64%. Данные показывают, что примерно две трети самозанятых используют такую деятельность как дополнительный источник дохода, совмещая с другой работой.

Абсолютное большинство самозанятых в индустрии красоты (75%) работают неофициально, 11% имеют официальный статус самозанятых, 10% оформлены как индивидуальные предприниматели, у 5% документы находятся на стадии оформления. Анализ данных показал, что самозанятые, работающие в индустрии красоты более 4 лет, не выбирают такую форму регистрации, как «самозанятость». Они либо совсем не оформлены официально, либо зарегистрированы как индивидуальные предприниматели (ИП).

Опыт самозанятости в течение нескольких лет позволяет им увидеть все преимущества и ограничения такой деятельности, оценить экономическую выгоду и выбрать наиболее оптимальную стратегию действий на рынке труда, в том числе наиболее выгодный способ регистрации и режим налогообложения. Перспективы своей профессиональной деятельности респонденты оценивают по-разному: треть респондентов планирует в будущем заняться бизнесом, так ответили 31%; подать документы на официальную регистрацию самозанятости хотят 20%; планируют открыть ИП, но работать без привлечения сотрудников 7%. Планируют работать в дальнейшем без регистрации, неофициально, 8%, и 34% респондентов полностью устраивает их форма занятости, ничего менять они не хотят. Анализ данных показывает, что значительная часть самозанятых в индустрии красоты не видит преимуществ официальной регистрации своей деятельности, их трудовая практика реализуется в неформальном секторе.

Финансовые результаты своей деятельности большинство самозанятых оценивают лишь примерно — таких оказалось 54%, четверть респондентов совсем не ведут учет своих финансовых результатов (25%), и только 21% опрошенных ведут точный учет всех своих финансовых операций. Размер заработной платы существенно варьируется: по самооценкам самозанятых, их заработная плата составляет 10-30 тыс. рублей в месяц, так ответили 42%; 40-60 тыс. рублей в месяц получают 29% респондентов; менее 10 тыс. рублей — 21%. Размер своей заработной платы 70-90 тыс. рублей указали 5% респондентов, более 100 тыс. рублей в месяц — 3% самозанятых. Имеют финансовые сбережения 49% респондентов.

Большинство мастеров, которые работают в индустрии красоты (55%), принимают всего 1-2 клиентов в течение рабочего дня, 30% респондентов оказывают услуги для 3-4 клиентов, 12% принимают ежедневно до 5-6 человек, от 7 до 10 клиентов ежедневно принимают 3% самозанятых. По результатам анализа

видно, что загруженность работой, интенсивность труда у самозанятых существенно отличается. Их работа не нормирована, они имеют достаточно гибкий график. Учитывая, что многие самозанятые обслуживают не более 1-2 клиентов в день, им приходится практически ежедневно выходить на работу. Оценивая свой график рабочего времени, 46% отметили, что работают 5-6 дней в неделю, 34% работают в течение недели 3-4 дня, 21% работают 1-2 дня в неделю.

Для характеристики самозанятости весьма интересными оказались показатели, раскрывающие связь заработной платы респондентов с интенсивностью их рабочей недели. Самозанятые с низкой загруженностью в течение недели, работающие 1-2 дня: 78% имеют зарплату менее 10 тыс. рублей в месяц, 17% получают за свою работу 10-30 тыс. рублей, 4% — от 40 до 60 тыс. рублей в месяц. Среди тех, кто работает 5-6 дней в неделю, зарабатывают 10-30 тыс. рублей 33% респондентов, 40-60 тыс. рублей получают 51% самозанятых.

Также был исследован режим труда и отдыха самозанятых: им был задан вопрос о том, сколько выходных дней они имеют в неделю. Анализ данных показал, что совсем не имеют выходных дней 6% респондентов, они готовы предоставлять свои услуги для клиентов в течение всей недели. Абсолютное большинство (68%) имеют 1-2 выходных дня в неделю, 3-4 выходных дня имеют 18% респондентов, 5-6 дней в неделю отдыхают 8% респондентов. Таким образом, результаты показали значительную гибкость графика, его вариативность, разную степень загруженности, интенсивности труда в течение рабочей недели.

Абсолютное большинство самозанятых в индустрии красоты (83%) формируют свою клиентскую базу через социальные сети и «сарафанное радио», они активно общаются на тематических форумах, обсуждают модные тенденции и современные технологии, формируют свой имидж как умелого бьюти-мастера. Примерно четверть самозанятых (24%) используют для поиска клиентов таргетированную рекламу, размещают информацию о своих услугах на специальных электронных площадках, таких как «Юла», «Авито» (15%), платят за услуги рекламы блогеров (5%), и всего 1% для продвижения своих услуг расклеивают объявления, распространяют листовки. Таким образом, самым популярным методом продвижения услуг и привлечения клиентов среди самозанятых являются социальные сети и «сарафанное радио».

Результаты исследования показали, что не имеют постоянных клиентов 5% опрошенных. Успех мастера во многом определяется не только его профессиональными навыками, желанием работать, но и коммуникативными способностями, умением найти и сохранить клиентов. Распределение ответов на вопрос о наличии клиентской базы показало, что менее 10 постоянных клиентов имеют 27% самозанятых, 11-30 клиентов у 47% респондентов, 31-50 клиентов у 11% респондентов, 51-70 постоянных клиентов имеют 5%, 71-90 клиентов у 4% и более 90 клиентов всего у 1% респондентов. Таким образом, преимущественно самозанятые в индустрии красоты имеют постоянную клиентскую базу до 30 человек. Наличие постоянных клиентов зачастую связано с территориальной доступностью, удобным местом предоставления услуг, а также мобильностью мастера.

Одной из задач исследования было выявление преимуществ и недостатков самозанятости в индустрии красоты. В этой связи важно отметить, какие позитивные и негативные стороны по результатам анализа выделили респонденты. Среди главных преимуществ 80% респондентов назвали удобство графика работы, 65% считают свою работу интересной, содержательной, востребованной, 43% в качестве достоинств отметили хорошую оплату за свой труд. Среди основных недостатков самозанятости выделили отсутствие социальных гарантий (60%), отсутствие стабильных доходов (55%), необходимость работы на дому (21%). Указанные преимущества и недостатки были выделены как наиболее важные с точки зрения самозанятых.

Программа, которая реализуется в Тюменской области и направлена на понижение налоговой ставки самозанятых, не получила широкого распространения и признания среди целевой аудитории: участвовали в данной программе 7% респондентов; 46% знакомы с программой, знают о ее возможностях, но не участвовали в ней; 47% самозанятых не слышали об этой программе. Участники программы выделили следующие ее преимущества: возможность платить меньше налогов (67%), доступность участия (36%), официальное трудоустройство (25%). В качестве негативных оценок программы 40% назвали непонятные условия участия, 33% не видят экономической выгоды, для 31% затруднительно оформление необходимых документов.

Проведенный анализ позволил составить социальный портрет самозанятых в индустрии красоты. Это преимущественно молодые женщины, которые оказывают услуги маникюра/педикюра и парикмахерские услуги. В опросе приняли участие 96% женщин и 4% мужчин. Мужчины, которые участвовали в опросе, имели профессиональный опыт более 3 лет, заняты в сфере массажа, парикмахерского искусства и маникюра. Возрастной профиль респондентов следующий: самой представительной оказалась группа от 18 до 24 лет (52%), возраст от 25 до 30 лет (22%), от 31 до 36 лет (17%), от 37 до 42 лет (7%), старше 45 лет (2%). Преобладающее большинство самозанятых в индустрии красоты — это молодые люди в возрасте до 36 лет, формат самозанятости часто рассматривается ими как дебют на рынке труда, первый опыт самостоятельной работы.

Характеристики экономического положения самозанятых показывают, что многие из них имеют финансовые трудности: по самооценкам, 8% затрудняются с покупкой одежды, 41% вынуждены делать накопления для покупки крупной бытовой техники, 36% не могут позволить себе купить новую машину, для 14% респондентов доступно приобретение машины, но покупка дачи или квартиры вызывает затруднения. Анализ самооценки финансового положения самозанятых в индустрии красоты позволяет отнести их к базовым и нижним социальным слоям низкодоходных групп в стратификационной структуре современного российского общества. Отсутствие легальных, документально подтвержденных постоянных доходов создает трудности в получении потребительских кредитов, существенно сказывается на их социальном и финансовом благополучии.

Как было отмечено ранее, в дополнение к анкетному опросу самозанятых была проведена серия глубинных интервью, 12 информантов подробно рассказали о своем опыте работы в индустрии красоты, что существенно обогатило исследование. Результаты анализа глубинных интервью показали, что ключевыми факторами мотивации к самостоятельной занятости выступили: востребованность и престижность профессии, желание быть самостоятельным и не зависеть от руководства, приобрести профессиональное признание и популярность, получать высокий доход, проявить креативность и деловые качества. Такой спектр мотивационных установок демонстрирует активную жизненную позицию, желание работать и зарабатывать, профессионально развиваться. Себя и своих коллег они называли бьюти-мастерами, подчеркивая важность профессии и престиж.

Анализ интервью с самозанятыми в индустрии красоты позволил выделить и конкретизировать негативные аспекты, которые они видят в своей работе. Среди ключевых недостатков отметили эмоциональное выгорание из-за постоянного общения с людьми, отсутствие официального трудового стажа, социальную дистанцированность от коллег, сезонность в получении заказов. Воодушевление, с которым многие начинали работу, постепенно угасло, так как деятельность бьюти-мастера требует значительной физической выносливости: информанты отметили, что стал проявляться вред для здоровья из-за контакта с химическими препаратами, высокой нагрузкой на ноги, появились проблемы с дыханием и зрением, нарушением опорно-двигательного аппарата.

По результатам исследования были выявлены особенности профессиональной подготовки в сфере красоты. Самозанятые проходят преимущественно краткосрочные, интенсивные курсы для получения необходимых профессиональных навыков, с минимальной теоретической подготовкой. Качество этих курсов существенно отличается, не всегда стоимость обучения соответствует качеству и полученным результатам. Весьма показательным в этом отношении является опыт Мирославы Н., которая обучалась на мастера по наращиванию ресниц:

«Мне преподали всего час теории! На тот момент, я была еще „зеленая“ совсем, и мне казалась, что так и должно быть... Мастер показала, как ставить две ресницы, и сказала: „Делай“. Я испугалась, говорю, что не смогу, не получится, руки затряслись. Мне кажется, что и модель тоже испугалась. В итоге мне дали пинцеты, и я начала пытаться что-то сделать. Мастер ушла из кабинета и дверь закрыла со словами: „Ты пока делай, а я пойду чай попью“.

Примерно час ее не было, и я начала дико нервничать и злиться. Когда мастер пришла, то сказала, что я мало сделала и мне надо ускориться. В итоге я поставила от силы 20 ресниц, и мое обучение на этом закончилось. Это был первый мой сертификат, сейчас я его даже никому не показываю, потому что мне очень стыдно за этот учебный центр»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Здесь и далее стиль информантов полностью сохранен.

Сам процесс получения профессиональных навыков в индустрии красоты является весьма важным. Данный пример иллюстрирует негативную практику, которая, к сожалению, встречается в реальности: неквалифицированные наставники проводят обучение формально, часто допускают халатность во время обучения, не осознавая риски и последствия, связанные в том числе с причинением вреда для здоровья. Многие салоны красоты для получения дополнительной прибыли позиционируют себя как учебные центры, студии, однако организованные ими обучающие курсы не всегда надлежащего качества.

Ряд информантов отмечали, наоборот, свой положительный опыт профессиональной подготовки, подчеркивали персональное мастерство наставников, у которых обучались, с благодарностью называли имена преподавателей, испытывали гордость за свое обучение: «обучалась на индивидуальных курсах у ведущих мастеров Тюмени», «проходила обучение у Кристины Рахлес», «в учебном центре Golden hand», «в Академии маникюра EstaNails Алёны Паутовой». Многие отметили широкие возможности для получения необходимых профессиональных навыков, возможность познакомиться с новыми приемами работы, освоить современные технологии.

Исследование показало, что на рынке труда обучение и профессиональная подготовка специалиста для индустрии красоты доступны, предпочтение отдается обучению у практикующего мастера-наставника, профессионала с большим опытом. Обучение проводится преимущественно на краткосрочных интенсивных курсах, направленных на освоение практических навыков работы. Самозанятые с различным опытом стремятся к постоянному обновлению своих знаний, так как на рынке появляются новые предложения услуг, оборудования, технологий, стилистических решений, большую часть в их профессиональной подготовке занимает самообразование.

Важно подчеркнуть, что клиенты, как правило, не смотрят на наличие бьюти-мастера сертификатов. Показателем мастерства является не столько наличие формальных дипломов, сколько реальный опыт мастера, отзывы его клиентов. Поэтому многие самозанятые стремятся реально, а не формально повышать свою квалификацию, обучаясь у ведущих специалистов в их отрасли. Одновременно с этим, прослеживается и другая стратегия — профессиональной диверсификации, когда самозанятые обучаются дополнительным, смежным навыкам, чтобы оказывать несколько услуг своим клиентам, расширять «портфель» своих услуг на рынке труда.

Следующий фактор, который был проанализирован по результатам исследования, — подбор клиентов и организация рабочего места. Самыми популярными площадками для рекламы услуг мастеров красоты являются Instagram, «ВКонтакте». Весьма показателен опыт Есении Д., которая в ходе интервью отметила, что стартом ее самостоятельной занятости оказалась группа «Мастер и модель» в социальной сети «ВКонтакте»: «буквально через пару месяцев регулярной рекламы появились постоянные клиентки». Для маркетингового продвижения услуг самозанятых основными каналами являются социальные сети,

таргетированная реклама, «сарафанное радио». Именно эти каналы позволяют сформировать клиентскую базу, продвигать свои услуги.

Еще один важный аспект в характеристике самозанятости — организация рабочего пространства. Мастера стараются укомплектовать свое рабочее место профессиональными материалами и оборудованием: *«купила барный стул, свет и выделила свой туалетный столик под рабочее место»* (Галина Р.). Показательно, что они систематически обновляют свое оборудование, меняют профессиональные инструменты на более совершенные, инвестируют в современные расходные материалы для своей работы:

*«Первой покупкой был стол для маникюра. Он до сих пор со мной. Хороший аппарат для маникюра тоже покупала сразу. А вот вытяжки и лампы меняла на более мощные и удобные. Также покупала ультразвуковую мойку (сейчас она уже маловата для меня), сухожар покупала сразу профессиональный ГП-10. Меняла два раза стулья клиента и мастера. Раньше было достаточно двух наборов инструментов, сейчас шесть»* (Валерия Н.).

Данные показывают, что оснащение рабочего места, обновление инвентаря и оборудования является важной частью профессиональной деятельности самозанятых в индустрии красоты.

В ходе интервью часто звучала необходимость особого внимания и заботы о своих клиентах, стремление максимально комфортно предоставить свои услуги и оборудовать рабочее место:

*«Кухетка, простынка (всегда новая перед каждым клиентом), мягкая удобная подушка, плед, рабочий столик, лампа, рабочий стул, урна, кресло, на случай, если клиентка придет с сопровождением»* (Есения Д.).

Большинство стараются соблюдать санитарные правила и нормы в сфере оказания бытовых услуг, дезинфицировать свои рабочие инструменты, организовать рабочее место эффективно с точки зрения эргономики (удобства работы для мастера), а также делать его комфортным и безопасным для клиентов.

Стремление к приобретению профессионального оборудования и материалов для работы, отношение к техническому оснащению и оформлению своего рабочего места демонстрирует желание оказывать услуги высокого качества, соответствовать отраслевым профессиональным стандартам. В ходе интервью многие подчеркивали, что квалифицированный бьюти-мастер должен не только владеть профессиональными навыками, иметь эстетический вкус, но и быть тонким психологом, чтобы максимально чувствовать потребности клиентов, интересным собеседником, а также сам должен всегда красиво и аккуратно выглядеть. Эта работа требует полной самоотдачи, постоянного обновления знаний и навыков, особых личностных качеств — доброжелательности, личного обаяния, коммуникабельности.

Анализ данных интервью позволил выделить разные стратегии действий на рынке труда, в том числе мотивы прекращения работы в данном формате и выхода из самозанятости. Часть информантов продемонстрировали намерение отказаться от самозанятости, найти официальную работу. Например, Светлана К. уверенно заявила, что *«работать только мастером маникюра я не смогу. Постоянные боли в спине, нет социальных гарантий, официального трудоустройства. Я сейчас прохожу стажировку консультантом в оптику... В свободное время, наверно, буду делать ногти своим подругам, а больше не вижу для себя никаких перспектив»*. Эти данные иллюстрируют представленные выше положения о том, что основные риски самозанятости связаны, в первую очередь, с доступом к механизмам социальной защиты (оплата больничного листа, отпуск, пенсия), отсутствием «социального пакета», дополнительных социальных благ, которые может предоставить организация/учреждение.

Другая часть тоже стремится выйти из самозанятости, однако их мотивы принципиально отличаются: они видят потенциал своей работы, имеют желание расширить свое дело, стать предпринимателем, создать свой бизнес. Например, Юлия Х. делает такой вывод о перспективах на рынке труда в индустрии красоты:

«Думаю, что перспективы очень даже неплохие, хочу так же развиваться в этой сфере, в будущем открыть свой салон и даже выпускать свою линейку косметики».

Такие позитивные оценки показывают не только амбиции самозанятых, но и возможные реальные перспективы в развитии опыта самозанятости как стартовой площадки, первой ступени к предпринимательству. Если работники имели успешный дебют на рынке труда в качестве самозанятых, опыт в индустрии красоты, то их решение о расширении своего дела можно расценивать как вполне взвешенный, обоснованный шаг, осознанный карьерный выбор. Институциональное закрепление такого опыта, например, учет опыта самозанятости при выделении кредитов, мер поддержки для малого бизнеса, могло бы стать реальным инструментом для развития предпринимательства в регионе, запуска успешных стартапов в индустрии красоты.

Анализ данных глубинного интервью позволил расширить представления о самозанятости в индустрии красоты, углубить знания о трудовой мотивации этой социально-профессиональной группы, их стратегиях на рынке труда, личностных характеристиках. Важными качествами для успеха в работе самозанятых являются активная жизненная позиция, инициативность, физическая выносливость, коммуникативные навыки, личное обаяние, тактичность и терпимость по отношению к людям.

### **Заключительные выводы**

Проведенное теоретико-эмпирическое исследование показало, что самозанятость как социальный феномен имеет тенденцию к расширению в разных странах, и в том числе в России. Самозанятость позволяет решать проблему



нехватки рабочих мест, открывает дополнительные возможности трудоустройства, уменьшает уровень безработицы. Однако при этом сохраняются риски прекаризации, нестабильности, депрофессионализации. По итогам исследования, проведенного в Тюменской области, установлено, что абсолютное большинство самозанятых в индустрии красоты работают в неформальном секторе (75%), они уклоняются от уплаты налогов, обязательных платежей в профильные фонды. Стремятся к легализации своей деятельности 58% респондентов, однако институциональных условий для этого недостаточно — самозанятые не видят экономической выгоды от нового специального налогового режима, слабо информированы о процедурах и механизмах социальной поддержки, затрудняются с оформлением необходимых документов.

Самозанятые в индустрии красоты предоставляют достаточно широкий спектр услуг, принимают в среднем не более пяти клиентов в день, наиболее эффективными каналами для расширения клиентской базы являются социальные сети, отзывы клиентов, «сарафанное радио». Найти работу может даже мастер без опыта, для начала своего дела необходимы минимальные финансовые вложения, что является немаловажным преимуществом. Большинство самозанятых в индустрии красоты стремятся максимально комфортно организовать свое рабочее место, приобретают для этого профессиональное оборудование, инструменты.

Исследование показало, что главные риски самозанятости в индустрии красоты связаны с доступом к механизмам социальной защиты со стороны государства, отсутствием дополнительных социальных гарантий, которые может обеспечивать организация (социальный пакет), отсутствием документов, подтверждающих доход. Новые инструменты для легализации деятельности в рамках экспериментального проекта по установлению специального налогового режима не пользуются популярностью среди опрошенных, многие о возможностях программы не знают, механизмы понижения налоговой ставки не используют.

По итогам исследования можно сформулировать некоторые предложения, рекомендации для улучшения социального положения самозанятых в индустрии красоты. Органам власти рекомендуется систематически организовывать и проводить обучающие курсы для самозанятых в целях повышения их правовой грамотности, разъяснения преимуществ официальной регистрации, режимов налогообложения. Хорошим приемом такого обучения является принцип «равный — равному», когда в качестве наставников выступают самозанятые, имеющие многолетний успешный опыт работы. Создание площадок для открытого обучения, обмена опытом, диалога с представителями власти могло бы способствовать решению актуальных вопросов самозанятых не только в индустрии красоты, но и в других сферах.

Региональной политикой в сфере занятости должен быть упор на развитие мелкого и среднего бизнеса, основанного на самозанятости. Развитие самозанятости в российском контексте рассматривается скорее как решение социаль-

ных вопросов, а не проблем экономического роста. Поэтому важным шагом может стать освещение в СМИ позитивного опыта успешной деятельности самозанятых, общественное признание новых принципов экономической активности населения, их достижений. Данные меры могут способствовать улучшению социального самочувствия самозанятых в индустрии красоты, укреплению их социально-профессиональной позиции.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Воловская Н. М. Незанятое население и самозанятость в сибирском регионе / Н. М. Воловская и др. // Социологические исследования. 2015. № 5. С. 52-60.
2. Гирц К. Базарная экономика: информация и поиск в крестьянском маркетинге / К. Гирц; пер. В. В. Радаева, Г. Б. Юдина // Экономическая социология. 2009. Том 10. № 2. С. 54-61.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ // КонсультантПлюс: справочно-информационная система. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) (дата обращения: 05.07.2020).
4. Европейский Союз: основополагающие акты в редакции Лиссабонского договора с комментариями / отв. ред. С. Ю. Кашкин; пер. А. О. Четвериков. М.: ИНФРА-М, 2008. 698 с.
5. Заславская Т. И. Российское общество на социальном изломе: взгляд изнутри / Т. И. Заславская; ВЦИОМ. М., 1997. 300 с.
6. Ильин В. И. Самозанятость как социальный феномен российского общества / В. И. Ильин, М. А. Ильина // Рубеж (альманах социальных исследований). 1999. № 13-14. С. 156-178.
7. Карабчук Т. С. Детерминанты стабильности занятости в России и Восточной Германии: сравнительный анализ микроданных / Т. С. Карабчук // Экономическая социология. 2009. Том 10. № 2. С. 12-53.
8. Международная организация труда (МОТ) // Организация Объединенных Наций в Российской Федерации: оф. сайт. URL: <http://www.unrussia.ru/ru/agencies/mezhdunarodnaya-organizatsiya-truda-mot> (дата обращения: 06.07.2020).
9. Налог на профессиональный доход // Официальный сайт Федеральной налоговой службы. URL: <https://npd.nalog.ru/> (дата обращения: 30.07.2020).
10. О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан): федеральный закон от 27.11.2018 № 422-ФЗ // КонсультантПлюс: справочно-информационная система. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_311977](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977) (дата обращения: 30.07.2020).
11. Об оказании адресной социальной помощи и предоставлении материальной помощи в Тюменской области: постановление Администрации Тюменской области от 15 декабря 2004 г. № 184-пк (с изменениями от 21 февраля 2019 г.) // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/906601223>

12. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности 029-2014, утв. Приказом Росстандарта от 07.10.2016 № 1326-ст // Регфорум.ру. URL: <https://regforum.ru/okved/> (дата обращения: 05.07.2020).
13. Радаев В. В. Этническое предпринимательство: мировой опыт и Россия / В. В. Радаев // Политические исследования. 1993. № 5. С. 79-87.
14. Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс / Г. Стэндинг. М.: Ad Marginem, 2014. 328 с.
15. Тощенко Ж. Т. Прекариат — новый социальный класс / Ж. Т. Тощенко // Социологические исследования. 2015. № 6. С. 3-13.
16. Харт Г. Л. А. Понятие права / Г. Л. А. Харт; пер. с англ.; под общ. ред. Е. В. Афонсина, С. В. Моисеева. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2007. 302 с.
17. Consolidated Versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union: Charter of Fundamental Rights of the European Union / European Union. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2010. 410 pp. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/3c32722f-0136-4d8f-a03e-bfaf70d16349>
18. Gov.uk: оф. сайт государственного сектора Соединенного Королевства Великобритания. URL: <https://www.gov.uk/> (дата обращения: 05.05.2020).

**Marina N. KICHEROVA<sup>1</sup>**  
**Nadezhda V. LABZOVA<sup>2</sup>**

UDC 316.453

**SELF-EMPLOYMENT IN THE BEAUTY INDUSTRY  
AS A SOCIAL PHENOMENON**

<sup>1</sup> Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor,  
Department of General and Economic Sociology,  
University of Tyumen  
m.n.kicherova@utmn.ru; ORCID: 0000-0001-5829-7570

<sup>2</sup> Student of Sociology,  
University of Tyumen  
labzova1408@gmail.com

**Abstract**

The self-employed, as a social and professional group, are distinguished by instability, uncertainty of social positions, and precarization, which determines the relevance of this topic. The purpose of this article lies in identifying the characteristics of the self-employed in the beauty industry, to draw up their social portrait. The paper presents an analysis of theoretical approaches to the study of self-employment, cross-country comparative analysis of the regulation of self-employment of the population, discloses social and legal aspects, identifies the industry specificity of self-employment in the beauty industry.

In the course of empirical research, which was implemented using quantitative (questionnaire survey, N = 112) and qualitative methods (in-depth semi-structured interview, 12 informants), the authors have identified the labor values of self-employed in the beauty industry, the range of services provided, characteristics and conditions of work, and the strategies for promoting the labor market.

The study has shown that self-employed work alone, without involving any help from other people; they receive income from personal labor activity and are relatively free in choosing

---

**Citation:** Kicherova M. N., Labzova N. V. 2020. "Self-employment in the beauty industry as a social phenomenon". Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research, vol. 6, no. 4 (24), pp. 110-131.

DOI: 10.21684/2411-7897-2020-6-4-110-131

a place of work. Most of the self-employed in the beauty industry work in the informal sector, without registration, which carries risks and social costs for its participants. Based on the results, a social portrait of self-employed in the beauty industry was compiled: these are mainly women aged 18 to 36 years, who provide nail service, hairdressing, eyelash extension, massage, and tattooing. The authors have identified the methods of registration of their activities, the main mechanisms for the formation of a client base, platforms for finding clients, the intensity of work, channels for obtaining professional skills, and features of the organization of the working space.

The results show that the regional program “Self-Employment”, aimed at lowering the tax rate and providing material assistance, is not popular among the self-employed in the beauty industry working in Tyumen.

In the conclusion, the authors have identified advantages and limitations of self-employment, as well as the main risks. In addition, this article proposes recommendations for regional authorities that contribute to the development of self-employment in the beauty industry and the legitimization of labor relations of this social and professional group.

### **Keywords**

Self-employment, self-employed in the beauty industry, labor activity, labor motivation, entrepreneurship, precarious work, beauty sphere.

**DOI: 10.21684/2411-7897-2020-6-4-110-131**

### **REFERENCES**

1. Volovskaya N. M. et al. 2015. “Unemployed population and self-employment in the Siberian region”. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no. 5, pp. 52-60. [In Russian]
2. Geertz C. 2009. “The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing”. Translated by V. V. Radaev and G. B. Yudin. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 10, no. 2, pp. 54-61. [In Russian]
3. RF Civil Code of 30 November 1994 No. 51-FZ. KonsultantPlyus. Accessed 5 July 2020. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) [In Russian]
4. Kashkin S. Yu. (ed.). 2008. European Union: Fundamental Acts as Revised by the Lisbon Treaty, with Commentary. Translated by A. O. Chetverikov. Moscow: INFRA-M. 698 pp. [In Russian]
5. Zaslavskaya T. 1997. *Russian Society on a Social Divide: A View from the Inside*. Moscow: VCIOM. 300 pp. [In Russian]
6. Ilyin V. I., Ilyina M. A. 1999. “Self-employment as a social phenomenon of Russian society”. *Rubezh*, no. 13-14, pp. 156-178. [In Russian]
7. Karabchuk T. S. 2009. “Determinants of employment stability in Russia and East Germany: comparative microdata analysis”. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 10, no. 2, pp. 12-53. [In Russian]
8. International Labor Organization (ILO). Accessed 6 July 2020. <http://www.unrussia.ru/ru/agencies/mezhdunarodnaya-organizatsiya-truda-mot> [In Russian]

9. RF Federal State Statistics Service. "Tax on professional income". Accessed 30 July 2020. <https://npd.nalog.ru/> [In Russian]
10. RF Federal Law of 27 November 2018 No. 422-FZ "On the experiment to establish a special tax regime 'Professional Income Tax' in the federal city of Moscow, Moscow and Kaluga Regions, as well as in the Republic of Tatarstan (Tatarstan)". KonsultantPlyus. Accessed 30 July 2020. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_311977](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977) [In Russian]
11. Tyumen Region Administration Decree of 15 December 2004 No. 184-pk (with the changes of 21 February 2019) "On the provision of targeted social assistance and material aid in the Tyumen region". Electronic Collection of Legal and Regulatory and Technical Documentation. Accessed 30 July 2020. <http://docs.cntd.ru/document/906601223> [In Russian]
12. All-Russian Classifier of Economic Activities 029-2014, approved by the order of Rosstandart dated 7 October 2016 No. 1326-st. Accessed 5 July 2020. <https://regforum.ru/okved/> [In Russian]
13. Radaev V. V. 1993. "Ethnic entrepreneurship: world experience and Russia". POLIS. Political science, no. 5, pp. 79-87. [In Russian]
14. Standing G. 2014. Precariat: The New Dangerous Class. Moscow: Ad Marginem. 328 pp. [In Russian]
15. Toshchenko Zh. T. 2015. "Precariat — a new social class". Sotsiologicheskie issledovaniya, no. 6, pp. 3-13. [In Russian]
16. Hart G. L. A. 2007. The Concept of Law. Translated from English; edited by E. V. Afonasin and S. V. Moiseev. St. Petersburg: Publishing house of St. Petersburg University. 302 pp. [In Russian]
17. European Union. 2010. Consolidated Versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union: Charter of Fundamental Rights of the European Union. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. 410 pp. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/3c32722f-0136-4d8f-a03e-bfaf70d16349>
18. United Kingdom Public Sector Website United Kingdom. Accessed 5 May 2020. <https://www.gov.uk>