



 **Avito** услуги

 **Data Insight**

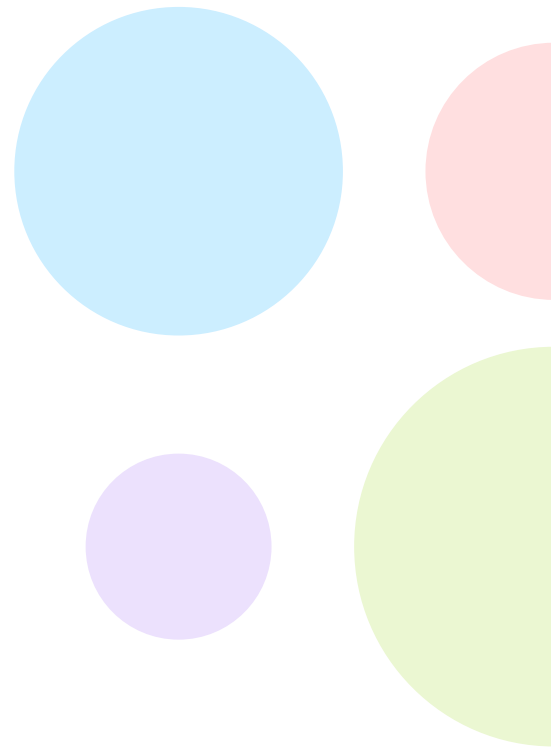
Российский рынок услуг в 2021 году

Самозанятые исполнители и микробизнес

Июль 2022

Оглавление

- 1 [Определения](#) >
- 2 [Основные результаты](#) >
- 3 [Рынок услуг](#) >
- 4 [Провайдеры и исполнители услуг](#) >
- 5 [Портрет заказчика услуг](#) >
- 6 [Привлечение заказов](#) >
- 7 [Операционная деятельность](#) >
- 8 [Рынок услуг в регионах](#) >
- 9 [Методика](#) >



Определения

Исполнитель

Человек, работающий в сфере услуг.

Провайдер услуг

Субъект экономической деятельности: человек или коллектив, работающий в сфере услуг. В исследовании приводятся данные о рынке услуг с детализацией до типа провайдера:

— Самозанятые

Человек, работающий один в качестве самозанятого лица или индивидуального предпринимателя без нанятых сотрудников;

— Компании и коллективы

Провайдеры услуг со штатом от 2 до 15 человек. Компании имеют юридическую регистрацию бизнеса. Коллективы работают как объединения самостоятельно действующих специалистов, не связанных договором найма.

Настоящий отчет описывает **Сферу услуг** как отрасль экономики России со следующими ограничениями:



— Категории услуг по следующему перечню:

ремонт жилья, строительство и благоустройство, ремонт техники, ремонт и обслуживание автомобилей, услуги в сфере красоты и здоровья, перевозки и курьеры, IT, деловые услуги, обучение, организация праздников, бытовые услуги, уход за животными, производство на заказ, вывоз мусора, услуги аренды;

— Только микробизнес:

самозанятые и частные лица, компании и коллективы со штатом до 15 человек включительно.

В отчете по сравнению с прошлым годом изменился **рубрикатор услуг**: исключена из рассмотрения категория «Разные специалисты», на долю которой в 2020 году приходилось около 4% оборота рынка; изменился перечень категорий услуг и классификация: некоторые виды услуг теперь относятся к другим категориям.



[← к оглавлению](#)

Основные результаты

Динамика сегмента микробизнеса на рынке услуг



— Количество специалистов, работающих в сегменте микробизнеса в сфере услуг сократилось в 2021 году по сравнению в 2020-м

— В числе причин – наметившаяся тенденция к перетеканию специалистов в более крупные компании (находятся за границами настоящего исследования), а также сокращение работоспособного населения к 1 января 2021 года на 1,2 млн человек (Росстат)

Периоды исследования: 2020 г.: апрель 2020 г. – март 2021 г.; 2021 г.: апрель 2021 г. – март 2022 г.
Оценки Data Insight на основе данных репрезентативных и онлайн-опросов исполнителей услуг и данных Росстата о размере населения.

Основные факты и выводы

Укрупнение провайдеров

- 1** Общее количество провайдеров в сегменте микробизнеса выросло с 4,1 млн до 4,5 млн при уменьшении размера их штата. На 200 тыс. выросло количество самозанятых и других специалистов, работающих в одиночку. Также выросло количество микрокомпаний при сокращении их среднего размера.
- 2** За год с 10% до 9,3% снизилась оценка доли населения, занятого в сегменте микробизнеса рынка услуг. Один из факторов – перетекание специалистов в более крупные компании: доля работающих в сфере услуг в компаниях с размером штата более 100 человек выросла. Сегмент крупных компаний находится вне границ исследования.
- 3** Вследствие снижения доли населения, занятого в сегменте микробизнеса, а также из-за сокращения размера работающего населения за 2020 год более чем на 1 млн человек количество исполнителей на рынке сократилось в 2021 году по сравнению с 2020-м на 800 тыс. с 9,4 млн до 8,6 млн.



* Также влияет изменение границ исследования: в настоящем отчете не учитывается категория Разные специалисты, на которую в 2020 году приходилось 4% оборота и 3% заказов на рынке

Основные факты и выводы

Микробизнес на рынке услуг

- 1 Самые массовые по количеству исполнителей сегменты рынка:
 - 18% Строительство и благоустройство
 - 12% Ремонт жилья
 - 11% Деловые услуги
- 2 Топ-3 по доле в годовой выручке:
 - 21% Строительство и благоустройство
 - 15% Деловые услуги
 - 14% Ремонт жилья
- 3 Топ-3 по доле заказов:
 - 29% Красота и здоровье
 - 14% Перевозки и курьеры
 - 10% Обучение
- 4 За прошедший год существенно изменился организационно-правовой формат игроков на рынке услуг. Среди людей, работающих в одиночку, в полтора раза выросла доля самозанятых (с 31% до 46%), доля ИП снизилась. Также выросла доля самозанятых, работающих в составе коллективов.
- 5 Для 85% исполнителей работа по оказанию услуг — основная занятость. В качестве дополнительной работы она обеспечивает около 30% заработка для совместителей.
- 6 В 2021 году значение частных лиц для клиентских портфелей провайдеров услуг выросло. Около половины провайдеров работают только с частными лицами. Частные заказчики обеспечили в 2021 году 63,5% сделок.

Основные факты и выводы

Привлечение заказов

- 1 Значение интернета для получения новых заказов растет. В 2021 году на долю онлайн-каналов привлечения заказов пришлось 45% всего объема заказов в сфере услуг, выполняемых микрокомпаниями и самозанятыми. К маю из-за ухода с российского рынка Instagram* и Facebook* доля онлайн-заказов снизилась, а роль постоянных клиентов и офлайна вновь возросла. Провайдеры услуг ищут новые онлайн-каналы.
- 2 По состоянию на май 2022 года 70% провайдеров используют хотя бы один онлайн-канал привлечения заказов. Основные каналы: социальные сети и сайты объявлений. Социальные сети используют 39% провайдеров, тратя на них в среднем 24% своих рекламных расходов. Сайты объявлений использует 38% провайдеров, траты в апреле-мае — 37% рекламных расходов.

- 3 Использование онлайн-каналов изменилось в апреле-мае 2022 года после запрета деятельности на территории России Instagram* и Facebook*. В предшествующем 2021 году использование социальных сетей росло. В марте 2022 социальные сети как канал привлечения заказов использовали 44% провайдеров услуг.

- 4 Топ-3 интернет-площадок по использованию провайдерами услуг в 2021 году составили:

- 55% Авито
- 43% ВКонтакте
- 42% Instagram*

В апреле-мае третьим по использованию онлайн-каналом вместо Instagram* стали мессенджеры.

Основные факты и выводы

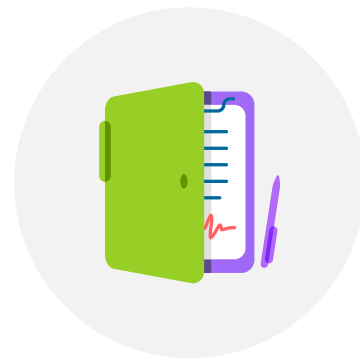
Операционная деятельность

- 1 Ключевые площадки увеличивают свои доли в онлайн-заказах. На 8 ключевых площадок в 2020 году приходилось 84% онлайн-заказов, в 2021 году – уже 89%.
Топ-3 по доле в онлайн-заказах в 2021 году:
 - 29% Авито
 - 18% Instagram*
 - 13% ВКонтакте
- 2 В мае 2022 года рейтинг площадок по доле привлеченных заказов изменился. Теперь топ-3 составляют:
 - 31% Авито
 - 15% ВКонтакте
 - 13% свой сайт провайдера
- 3 Топ-3 площадок по доле онлайн-выручки провайдеров в 2021 году:
 - 29% Авито
 - 15% свой сайт провайдера
 - 13% ВКонтакте
- 4 Заказы с собственных сайтов имеют более высокий чек, благодаря чему этот канал входит в топ-3 ключевых площадок по генерации выручки. Доля использующих собственный сайт за 2021 год сократилась с 24% до 17%, однако в мае 2022 вернулась на прежний уровень.
- 5 Доля использовавших за последние 12 месяцев хотя бы один платный онлайн или офлайн канал увеличилась за год на 2 п.п. и составила 34%. В среднем на рекламные расходы у провайдеров услуг уходит 10% выручки.
- 6 Около половины провайдеров услуг (46%) работают по прайс-листу. Чаще других – специалисты по красоте, реже – в производстве на заказ.

Основные факты и выводы

Операционная деятельность

- 7 Провайдеры стали уделять больше внимания документообороту. Доля работающих на основании устных или письменных договоренностей сократилась за год с 71% до 63%. Половина провайдеров заключают договоры как минимум с частью клиентов.
- 8 78% провайдеров услуг в той или иной форме сохраняют данные о своих клиентах и заказах. Компании чаще хранят историю заказов (83%), чем самозанятые исполнители услуг (72%). По сравнению с 2020 годом, доля провайдеров услуг хранящих информацию о клиентах и заказах увеличилась на 12 п.п. и составила 52%.





[← к оглавлению](#)

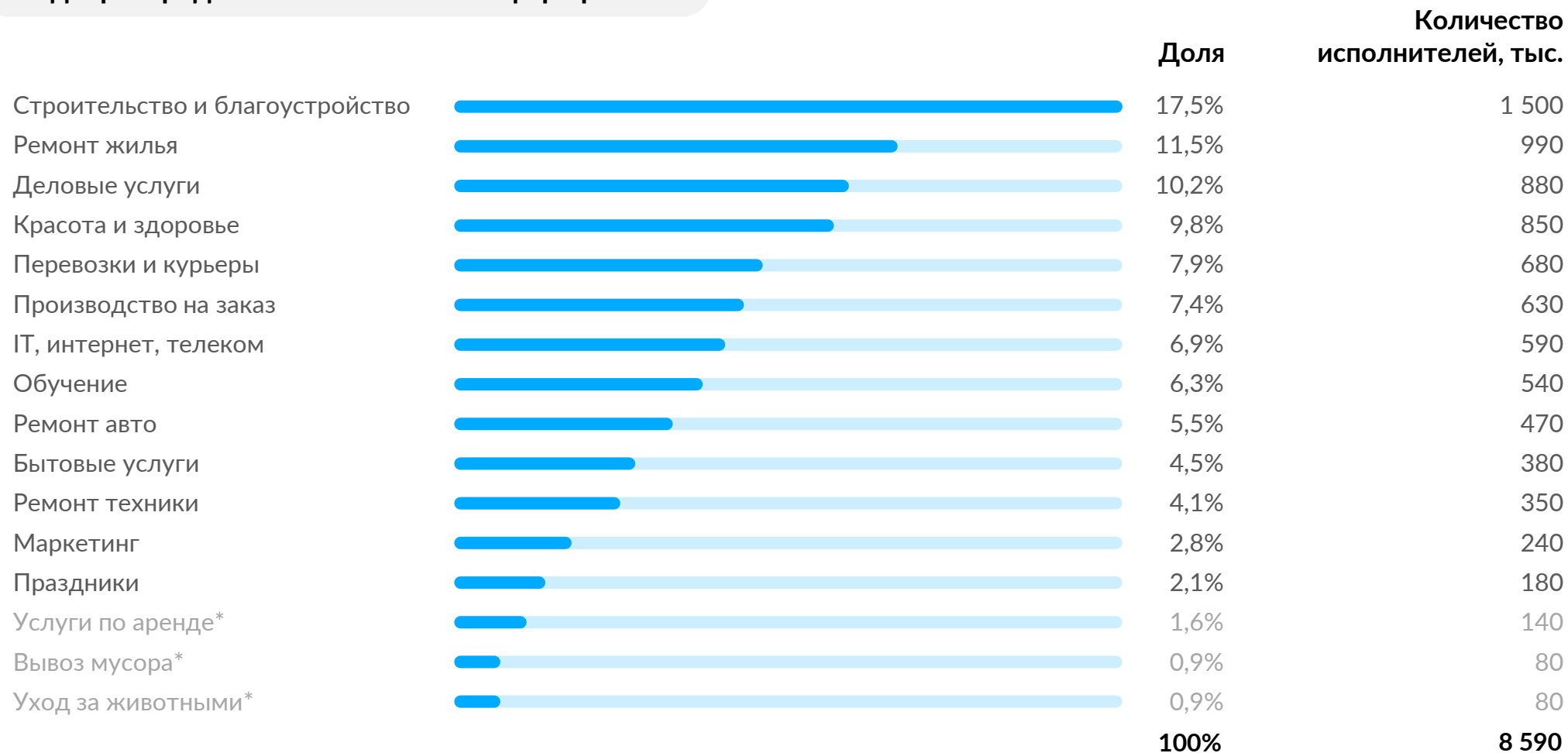


Рынок услуг



Самая массовая категория – ремонт и строительство

Люди: распределение по основной сфере работы



* Маленькая выборка

Репрезентативный телефонный опрос, март 2022, n = 1600. Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 1310

Строительством и ремонтом занимается четверть провайдеров. Следующие по массовости категории – «Красота и здоровье», «Деловые услуги»

Провайдеры: количество, доли компаний и самозанятых

	Количество провайдеров, тыс.	Распределение провайдеров	Доля коллективов	Доля одиночек
Красота и здоровье	528	12%	19%	81%
Строительство и благоустройство	519	12%	56%	44%
Деловые услуги	488	11%	24%	76%
Ремонт жилья	469	10%	42%	58%
Перевозки и курьеры	413	9%	24%	76%
Обучение	363	8%	13%	87%
Производство на заказ	346	8%	26%	74%
IT, интернет, телеком	331	7%	22%	78%
Бытовые услуги	252	6%	16%	84%
Ремонт авто	203	5%	46%	54%
Ремонт техники	190	4%	29%	71%
Маркетинг	166	4%	15%	85%
Праздники	91	2%	32%	68%
Услуги по аренде*	65	1%	43%	57%
Уход за животными*	46	1%	31%	69%
Вывоз мусора*	34	1%	51%	49%
Всего	4 499	100%	29%	71%

* Маленькая выборка

Репрезентативный телефонный опрос, март 2022, n = 1600. Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 1310

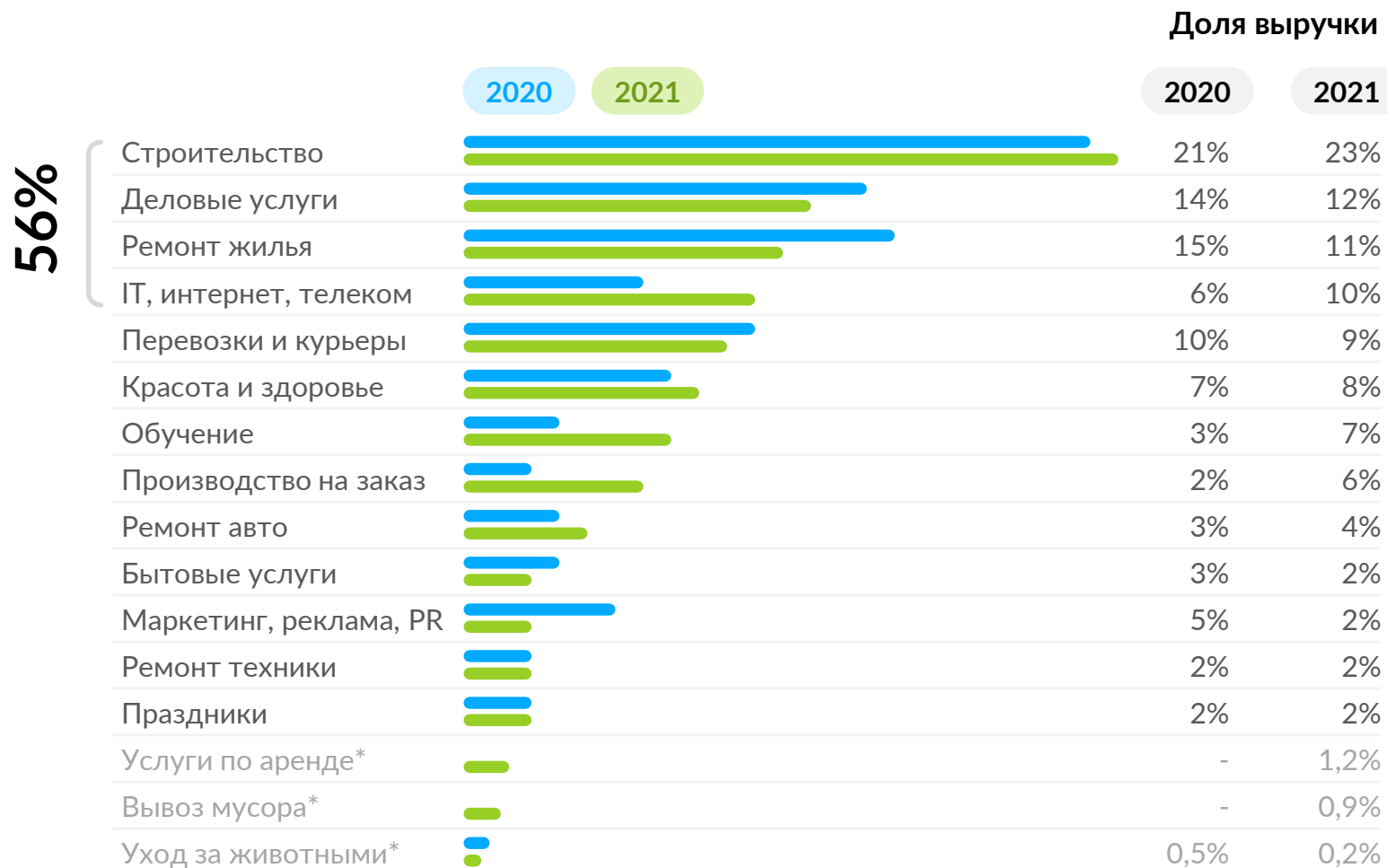
Динамика количества игроков рынка в категориях услуг

	Количество провайдеров в 2020 году	Количество провайдеров в 2021 году	Динамика кол-ва всех провайдеров: 2021 к 2020 году	Динамика кол-ва компаний: 2021 к 2020 году	Динамика кол-ва самозанятых: 2021 к 2020 году
Красота и здоровье	391	528 ▲	+35%	+26%	+37%
Строительство и благоустройство	513	518	1%	+19%	-85%
Деловые услуги	535	488	91%	5%	-88%
Ремонт жилья	402	469 ▲	+17%	10%	+22%
Перевозки и курьеры	344	413 ▲	+20%	+12%	+23%
Обучение	309	363 ▲	+17%	7%	+19%
IT, интернет, телеком	224	331 ▲	+48%	96%	+74%
Бытовые услуги	330	252 ▼	-76%	-77%	-76%
Ремонт авто	159	203 ▲	+28%	+25%	+31%
Маркетинг	212	166 ▼	-78%	+42%	-72%

В таблице выделены изменения на 10% YoY и более.

Репрезентативный телефонный опрос, март 2022, n = 1600. Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 1310

Динамика оборота в категориях услуг



В отчете за 2021 год изменился рубрикатор услуг:

- выделены категории «Услуги по аренде», «Вывоз мусора»
- услуги категории «Транспорт» распределены между «Услугами по аренде» и «Перевозками и курьерами»
- услуги категории «Аренда и обслуживание производственного оборудования» распределены между «Услугами по аренде», «Ремонтом техники» и «Производством на заказ»
- «Кадровые услуги» перенесены в «Деловые услуги»
- изменена категория «Производство на заказ»

* Маленькая выборка

Динамика заказов в категориях услуг

	Доля заказов		Заказы в год, млн		
	2020	2021	2020	2021	
Красота и здоровье		14,4%	26,5%	335	690
Перевозки и курьеры		28,8%	17,9%	670	467
Обучение		6,4%	8,8%	150	229
Ремонт авто		7,5%	8,5%	174	222
Ремонт техники		3,5%	7,0%	81	183
Бытовые услуги		7,5%	6,3%	175	163
Деловые услуги		5,4%	6,2%	127	162
IT, интернет, телеком		5,6%	4,5%	130	118
Производство на заказ		10,1%	3,5%	235	91
Уход за животными*		0,4%	3,0%	10	77
Маркетинг, реклама, PR		1,8%	2,1%	41	55
Услуги по аренде*		-	1,3%	-	35
Ремонт жилья		1,5%	1,3%	35	34
Вывоз мусора*		-	1,2%	-	32
Строительство		1,6%	1,0%	37	26
Праздники		0,3%	0,7%	8	19

В отчете за 2021 год
изменился рубрикатор услуг:

- выделены категории «Услуги по аренде», «Вывоз мусора»
- услуги категории «Транспорт» распределены между «Услугами по аренде» и «Перевозками и курьерами»
- услуги категории «Аренда и обслуживание производственного оборудования» распределены между «Услугами по аренде», «Ремонтом техники» и «Производством на заказ»
- «Кадровые услуги» перенесены в «Деловые услуги»
- изменена категория «Производство на заказ»

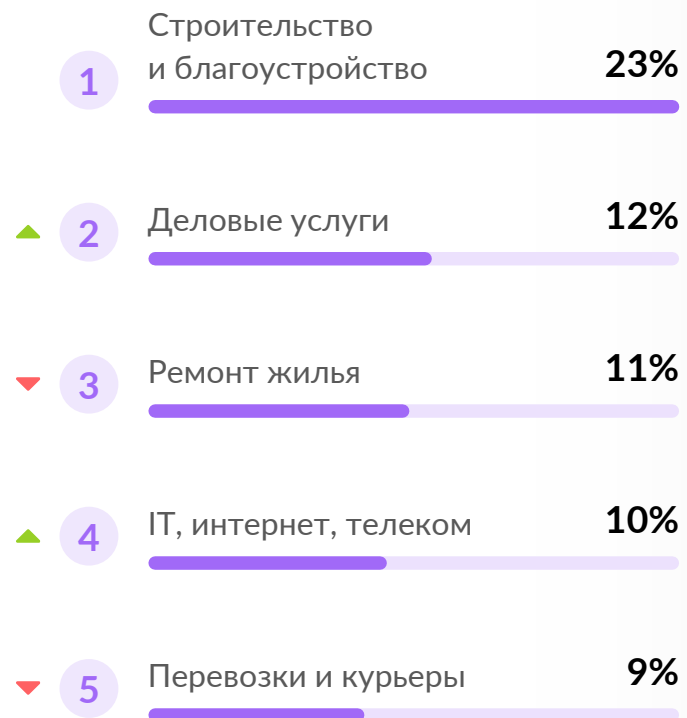
* Маленькая выборка

Крупнейшие категории услуг

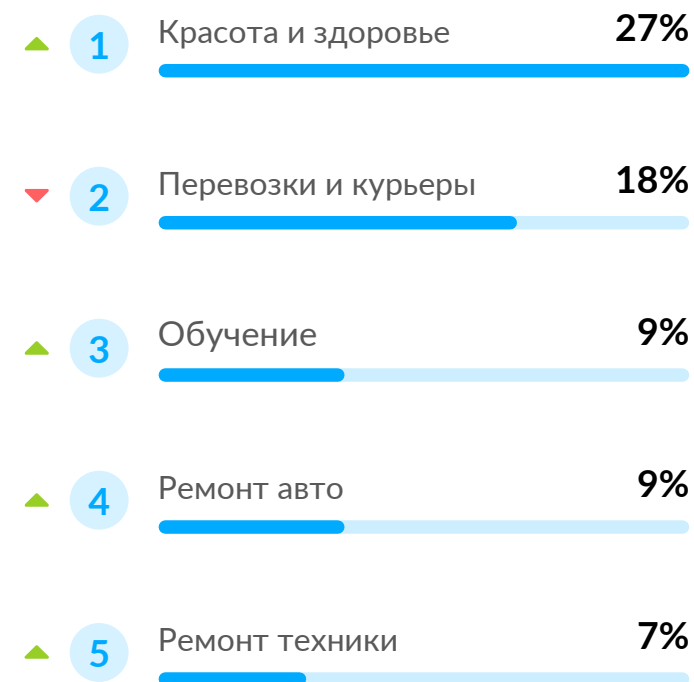
По доле исполнителей



По доле выручки



По доле заказов



Стрелки показывают изменение позиции категории в рейтинге в 2021 году по сравнению с 2020-м.
Репрезентативный телефонный опрос, W1 март 2021, n = 1600, W2 март 2022, n = 1600.
Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310

Грузоперевозки – самая заказываемая услуга

«Какие услуги у вас заказывают чаще всего?»

	Категория	Услуга	% от категории	% от всех респондентов
1	Перевозки и курьеры	Грузоперевозки	46%	4%
2	Красота и здоровье	Маникюр, педикюр	33%	4%
3	Деловые услуги	Бухгалтерия, финансы	30%	3%
4	Красота и здоровье	Услуги парикмахера	29%	3%
5	Перевозки и курьеры	Курьеры	33%	3%
6	Ремонт жилья	Отделочные работы	19%	3%
7	Деловые услуги	Юридические услуги	24%	2%
8	Ремонт жилья	Ремонт квартиры	16%	2%
9	Обучение	Репетитор по школьным предметам	29%	2%
10	IT, интернет, телеком	Установка и настройка ПО	26%	2%
11	Ремонт жилья	Установка и ремонт дверей	13%	2%
12	Маркетинг	Маркетинг	53%	2%
13	Строительство и благоустройство	Строительство заборов и ворот	9%	2%
14	Ремонт авто	Ремонт двигателя и ходовой	29%	2%
15	IT, интернет, телеком	Услуги программиста	21%	2%

- Услуги, которые заказывают чаще всего – это грузоперевозки и маникюр. По 4% от всех провайдеров услуг назвали эти две услуги самыми заказываемыми
- В топ-10 вошли по две услуги категорий «Перевозки» (грузоперевозки и курьеры), «Красота» (маникюр и парикмахерские услуги), «Деловые услуги» (бухгалтерские и юридические) и «Ремонт жилья» (отделочные работы и ремонт квартиры)

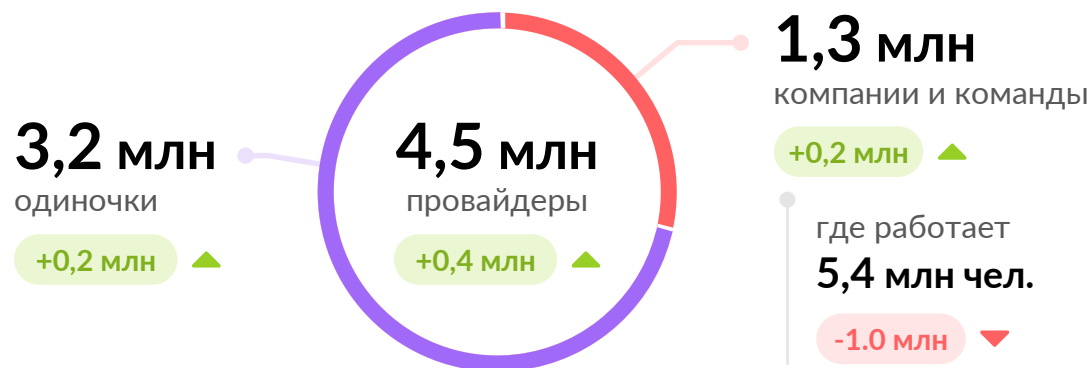


[← к оглавлению](#)

Провайдеры и исполнители услуг

Портрет провайдера услуг

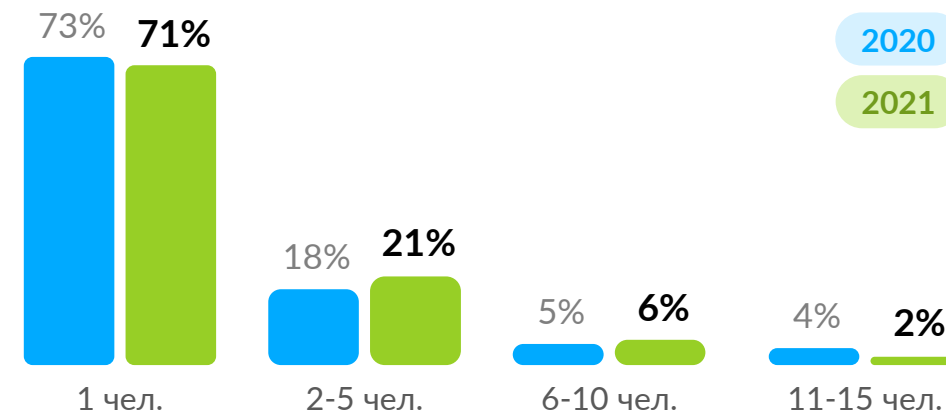
Провайдеры услуг



Постоянство состава коллективов



Размер штата провайдера

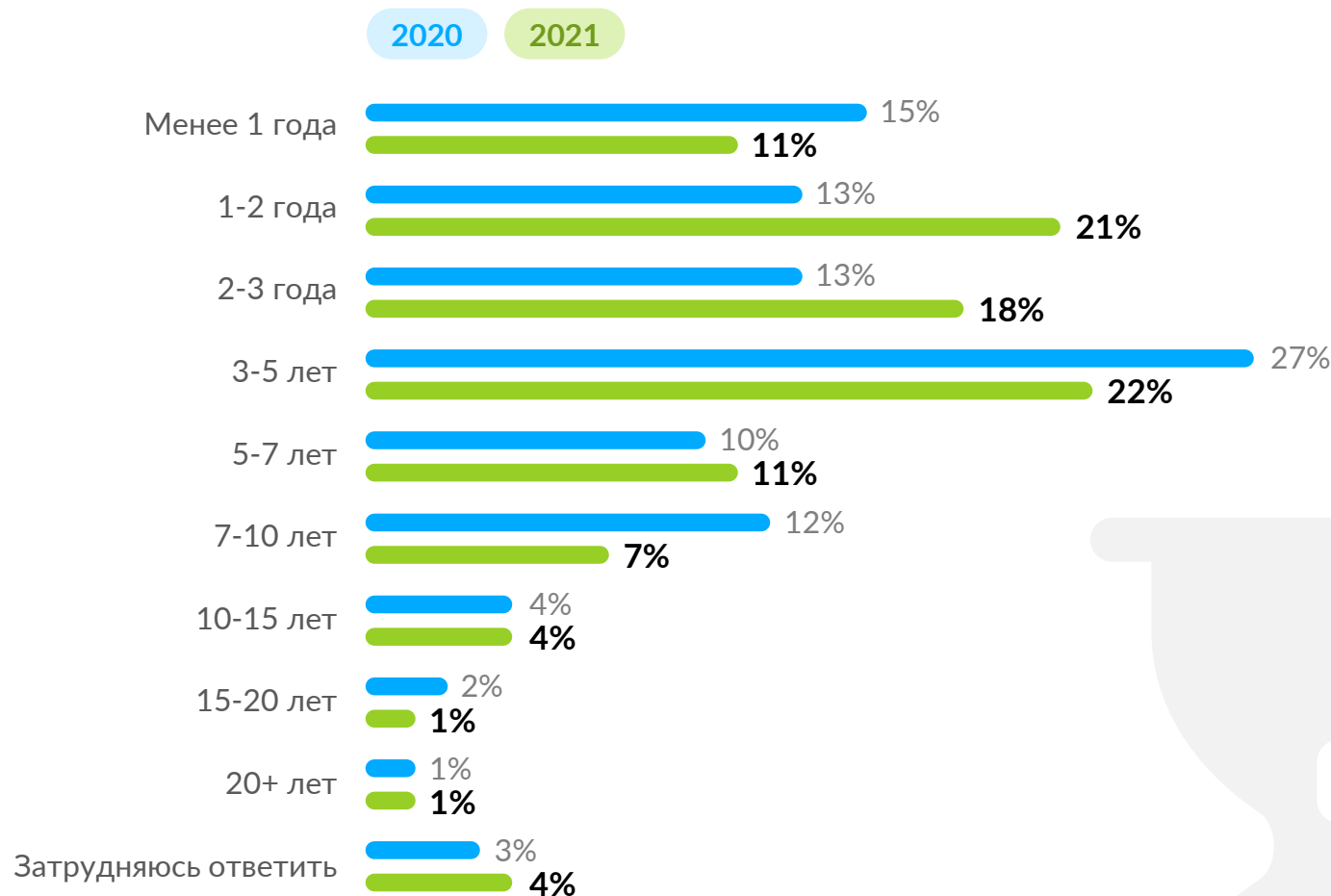


- За год количество сотрудников в микрокомпаниях и командах стало на 1 млн меньше при несущественном росте количества одиночек. Динамика во многом связана с переходом сотрудников микробизнеса в более крупные компании
- Второе изменение – уменьшение размера среднего штата микрокомпаний, что привело к росту их числа на фоне сокращения количества работающих в них людей

Репрезентативный телефонный опрос, март 2022, n = 1600.
 Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310.
 Онлайн-опрос партнёров Авито, W1 март 2021, n = 7930, W2 март 2022, n = 9672

Провайдеры услуг: стаж присутствия в интернете

- Средний* стаж присутствия провайдеров в интернете – от 2 до 3 лет
- Средний стаж присутствия в интернете провайдеров услуг снизился, согласно данным опроса, относительно 2020 года, когда от составлял 3-5 лет
- Причина уменьшения стажа – изменение состава провайдеров: увеличение количества новичков и переток части исполнителей в более крупные компании



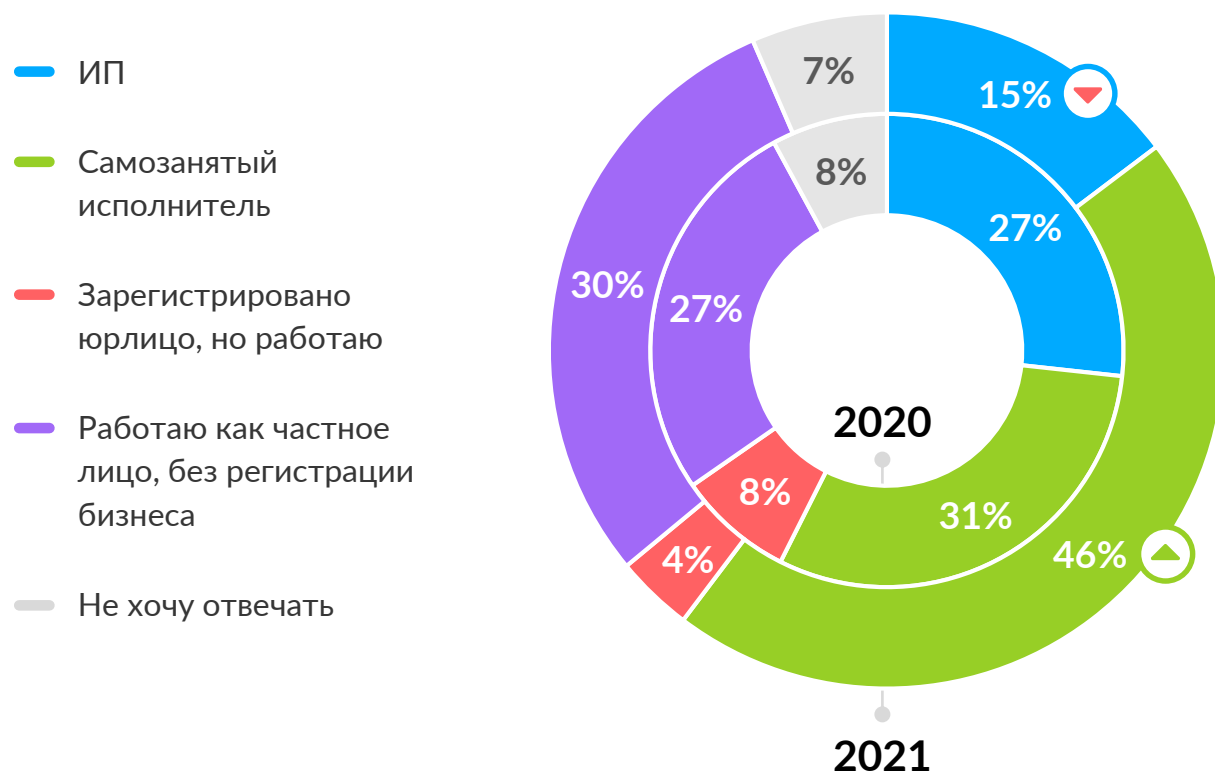
* Медианное значение

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310.

Вопрос: Как давно вы (ваша компания, команда, бригада) размещает предложение своих услуг в интернете?

Юридическая форма оказания услуг: работающие в одиночку

«Вы зарегистрированы как индивидуальный предприниматель или самозанятый исполнитель?»



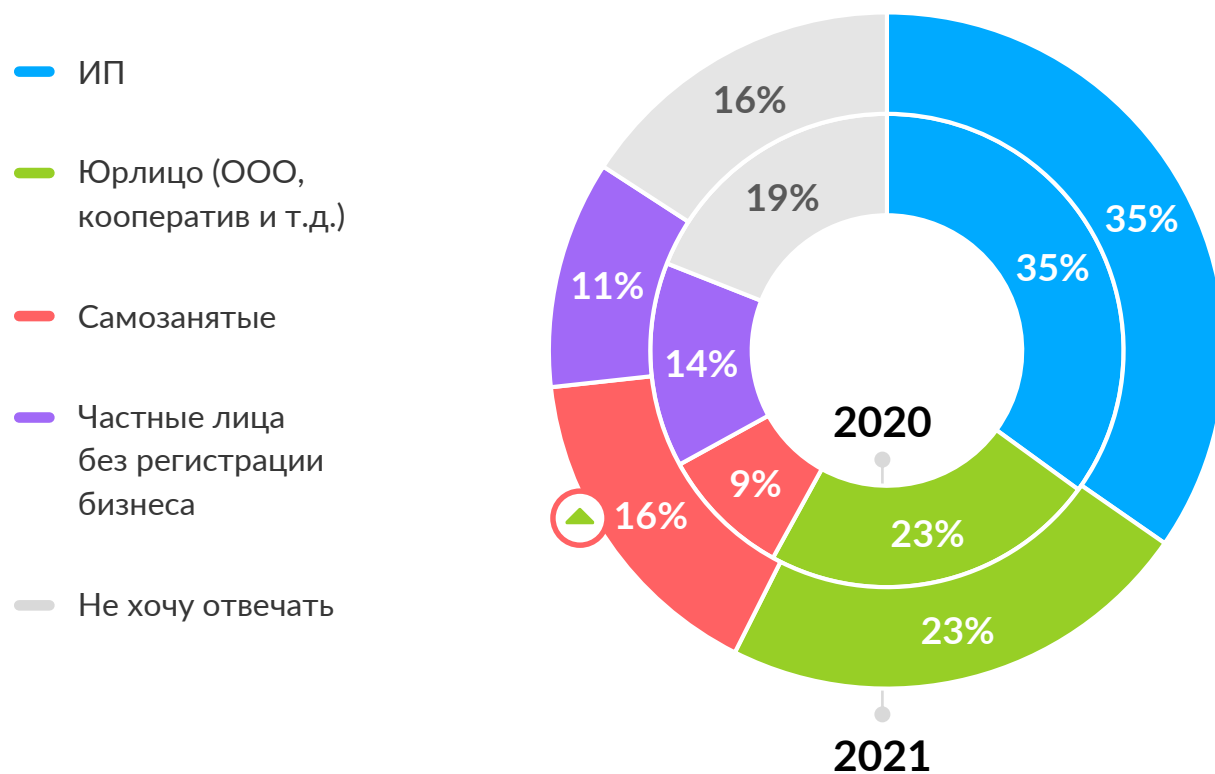
За прошедший год существенно изменилась структура рабочей силы на рынке услуг

- Среди людей, работающих в одиночку, в полтора раза выросла доля самозанятых (с 31% до 46%), доля ИП снизилась
- Изменение происходит за счет изменения формы регистрации уже работающими людьми
- Среди новичков со стажем менее года доля самозанятых ниже – 39%, а от 40% до 50% работают как частные лица без регистрации

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310.
Вопрос: Вы зарегистрированы как индивидуальный предприниматель или самозанятый исполнитель?

Юридическая форма оказания услуг: работающие в составе коллектива

«Есть ли у вашей команды зарегистрированное юридическое лицо?»



- Среди исполнителей, работающих в составе коллективов, за прошедший год почти вдвое (с 9% до 16%) выросла доля самозанятых
- Доли сотрудников ИП и юридических лиц не изменились

Онлайн-опрос партнёров Авито, W1 март 2021, n = 7930, W2 март 2022, n = 9672.
Вопрос: Есть ли у вашей команды зарегистрированное юридическое лицо?

Структура компаний в зависимости от категории услуг

Наибольшая доля компаний с филиалами в других городах

Маркетинг 40%

Специалисты, чаще других работающие удаленно

IT, интернет, телеком 45%

Наибольшая доля локальных компаний, где сотрудники живут и работают в пределах одного города

Уход за животными 98%

Красота и здоровье 79%

Сотрудники компаний, больше других выезжающие за пределы своего города

Праздники 36%

Строительство и благоустройство 35%

IT, интернет, телеком 33%

Ремонт жилья 32%

Распределённая команда, где сотрудники работают с клиентам в том городе, где живут сами

IT, интернет, телеком 15%

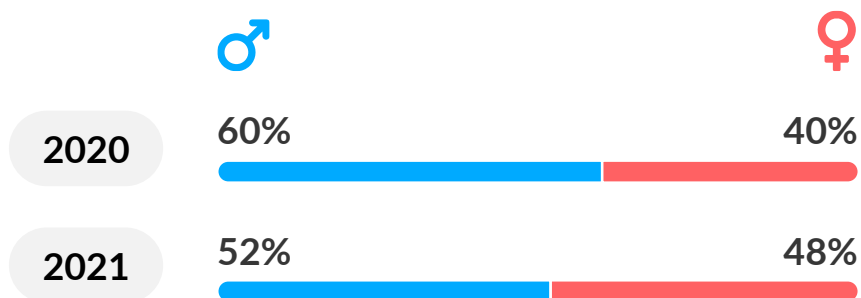
Бытовые услуги 12%

- Специфика различных видов услуг требует разной региональной структуры компаний
- В зависимости от того, требуется ли выезд специалистов, возможна ли удаленная работа, какова длительность оказания услуги, каков средний чек заказа, других особенностей сегмента рынка услуг, компании могут нанимать сотрудников в других городах и открывать филиалы

Онлайн-опрос партнёров Авито, март 2022, n = 5588.

Вопрос: У вашей компании, команды есть сотрудники в других городах?

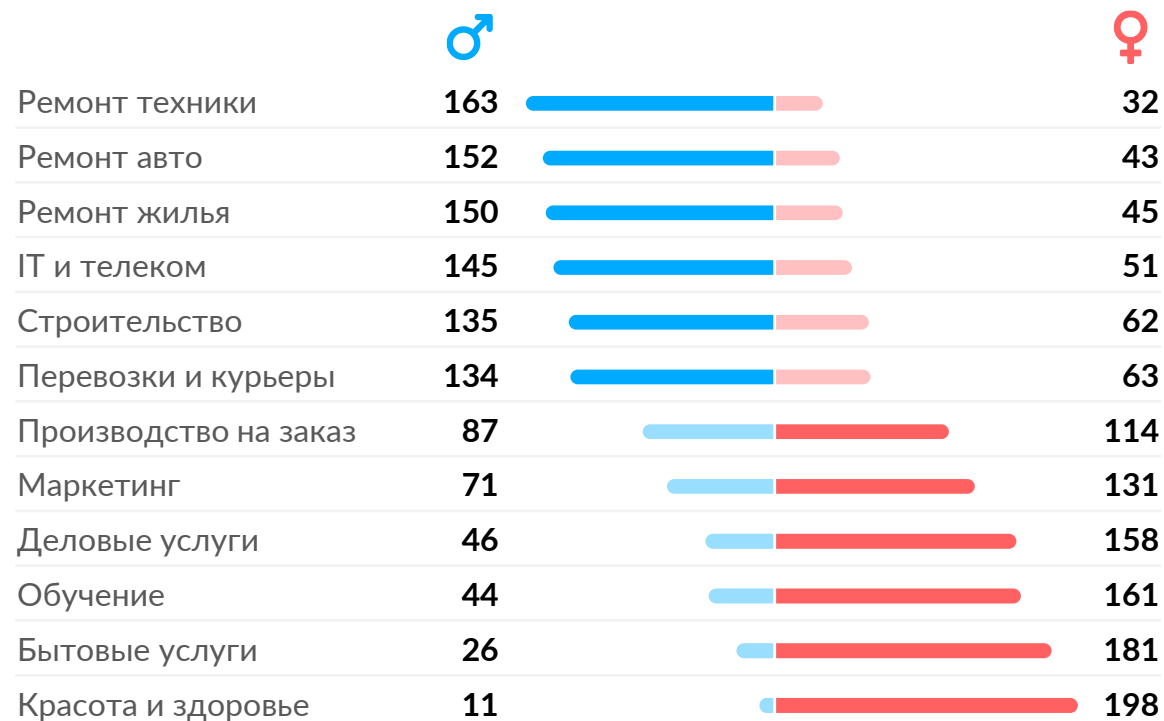
За 2021 год доли мужчин и женщин, занятых в малом бизнесе в сфере услуг, сравнялись



- В 2021 году вместе с уменьшением количества занятых в сфере услуг в формате микробизнеса изменилось соотношение работающих в этой сфере мужчин и женщин. Доля мужчин уменьшилась с 60% до 52%
- По составу работников категории услуг можно условно отнести к «мужским» или «женским». Самая «мужская» категория – «Ремонт техники». Самая «женская» – «Красота и здоровье»

Affinity Index

Доля мужчин / женщин, занятых в категории услуг, по отношению к доле мужчин / женщин, работающих в сфере услуг в целом

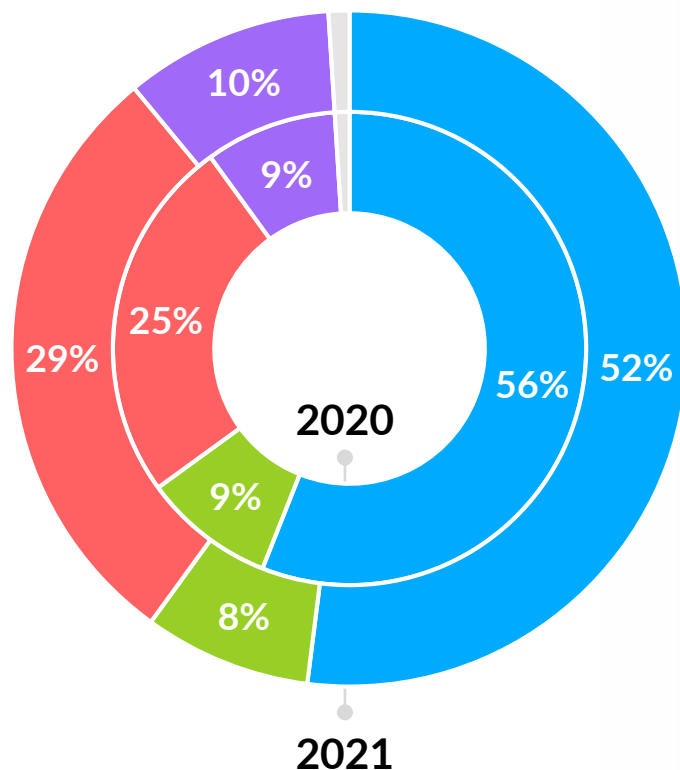


Специалисты сферы услуг хорошо образованы, 59% входят в верхнюю доходную группу

Образование

- Высшее
- Незаконченное высшее
- Среднее специальное
- Среднее
- Неполное среднее

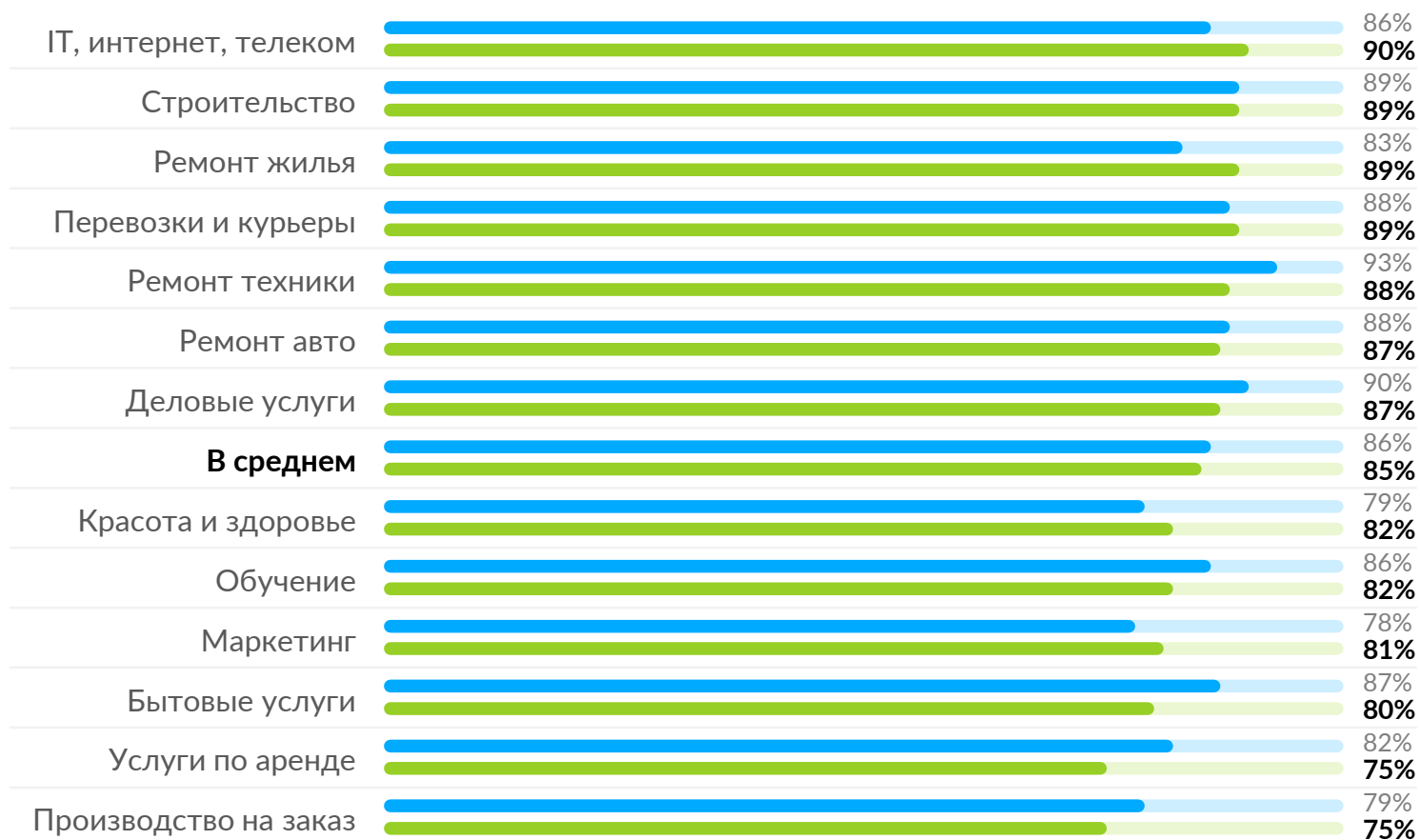
Согласно данным опроса, в 2021 году среди специалистов сферы услуг выросла доля людей со средним специальным образованием, а доля специалистов с высшим образованием несколько сократилась



Уровень дохода



Доля исполнителей, для которых оказание услуг – основная занятость



2020

2021

- Собственный микробизнес в сфере услуг или работа в качестве наемного сотрудника в этой сфере – основная постоянная работа для 85% занятых там людей, то есть для более чем 7 млн человек
- Тем, у кого эта работа не основная, она приносит, тем не менее, около 30% их дохода

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871.

Вопрос: Работа по оказанию услуг – для вас основная или дополнительная?, W2 март 2022, n = 1268.

Вопрос: Работа в этой компании, команде или бригаде для вас основная или дополнительная?

Профессиональный стаж исполнителей в сфере услуг

- Средний стаж работающих в микробизнесе в сфере услуг не изменился по сравнению с 2020 годом и составляет 3-5 лет
- В ряде сфер исполнители услуг имеют профессиональный стаж больше среднего. Самый значительный – у занимающихся ремонтом техники: 41% специалистов работает более 10 лет.

Средний стаж в профессии

Ремонт техники

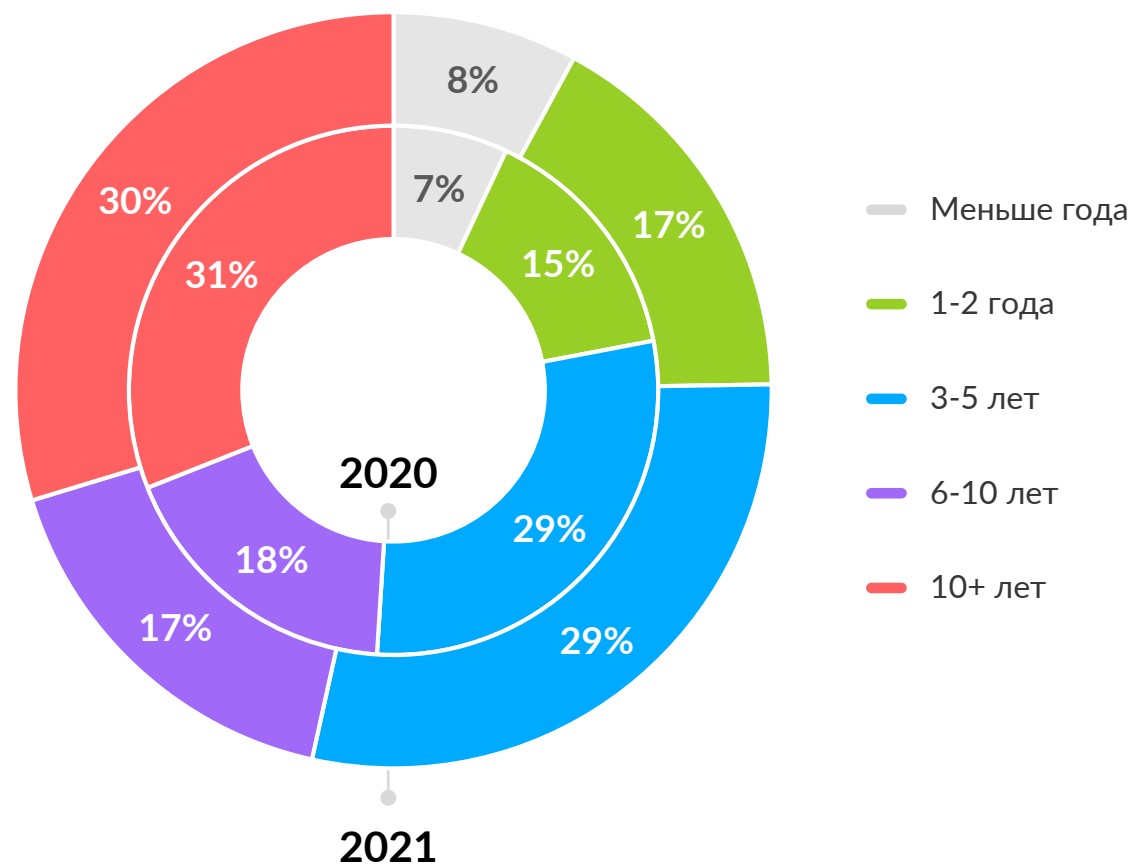
6-10 лет

Ремонт авто

6-10 лет

Строительство и благоустройство


6-10 лет




* Медианное значение

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310.

Вопрос: Как давно вы лично / ваша компания занимаетесь оказанием этих услуг?



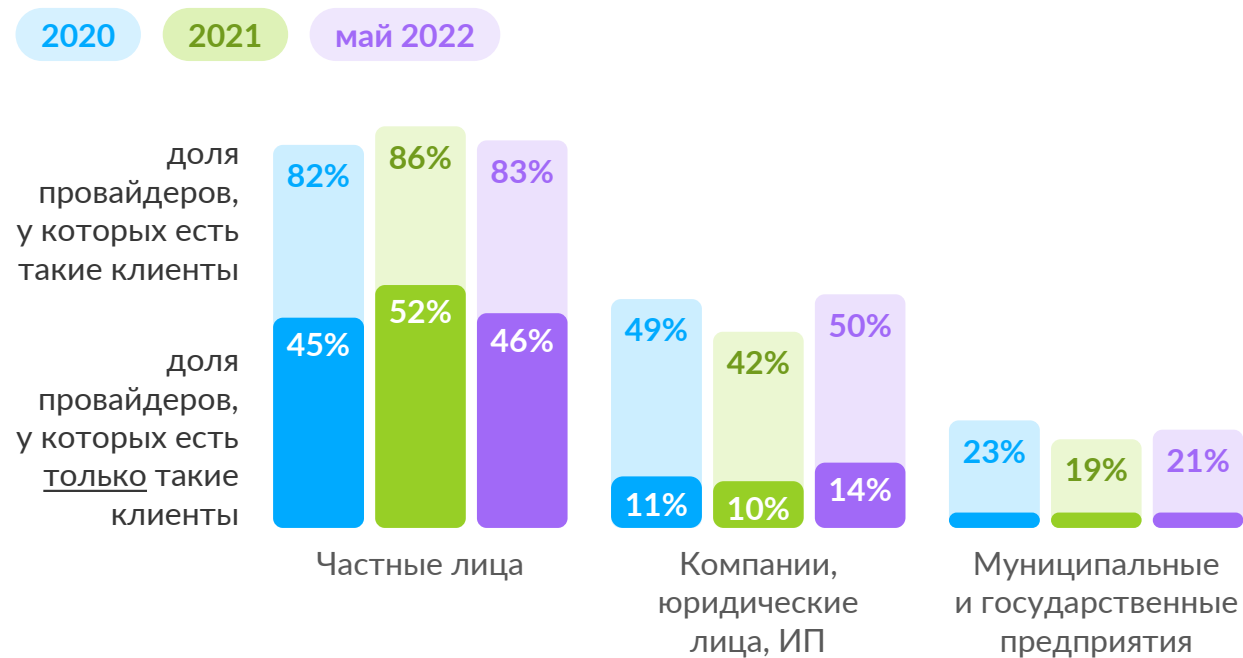
← к оглавлению



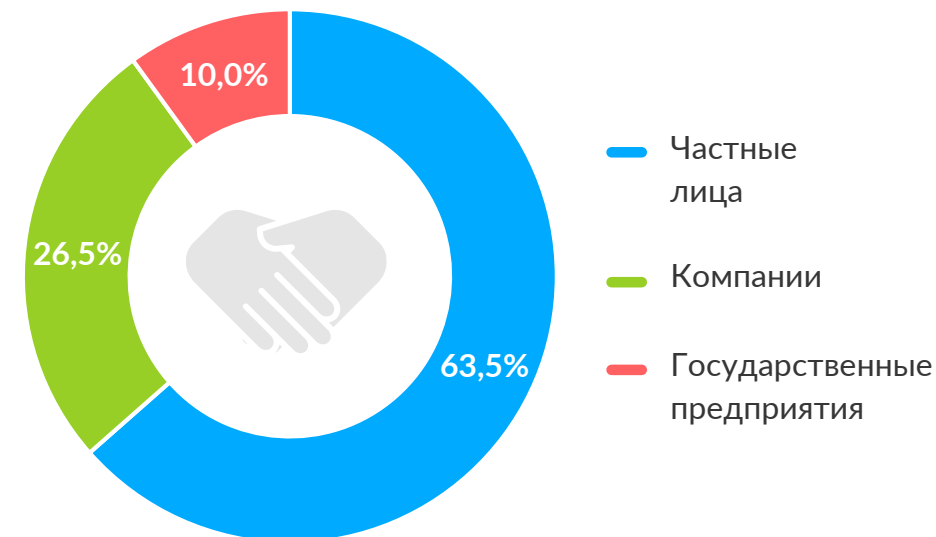
Портрет заказчика услуг

Портрет клиента

«Кто обычно является вашим клиентом?»



Распределение заказов по типам клиентов, 2021

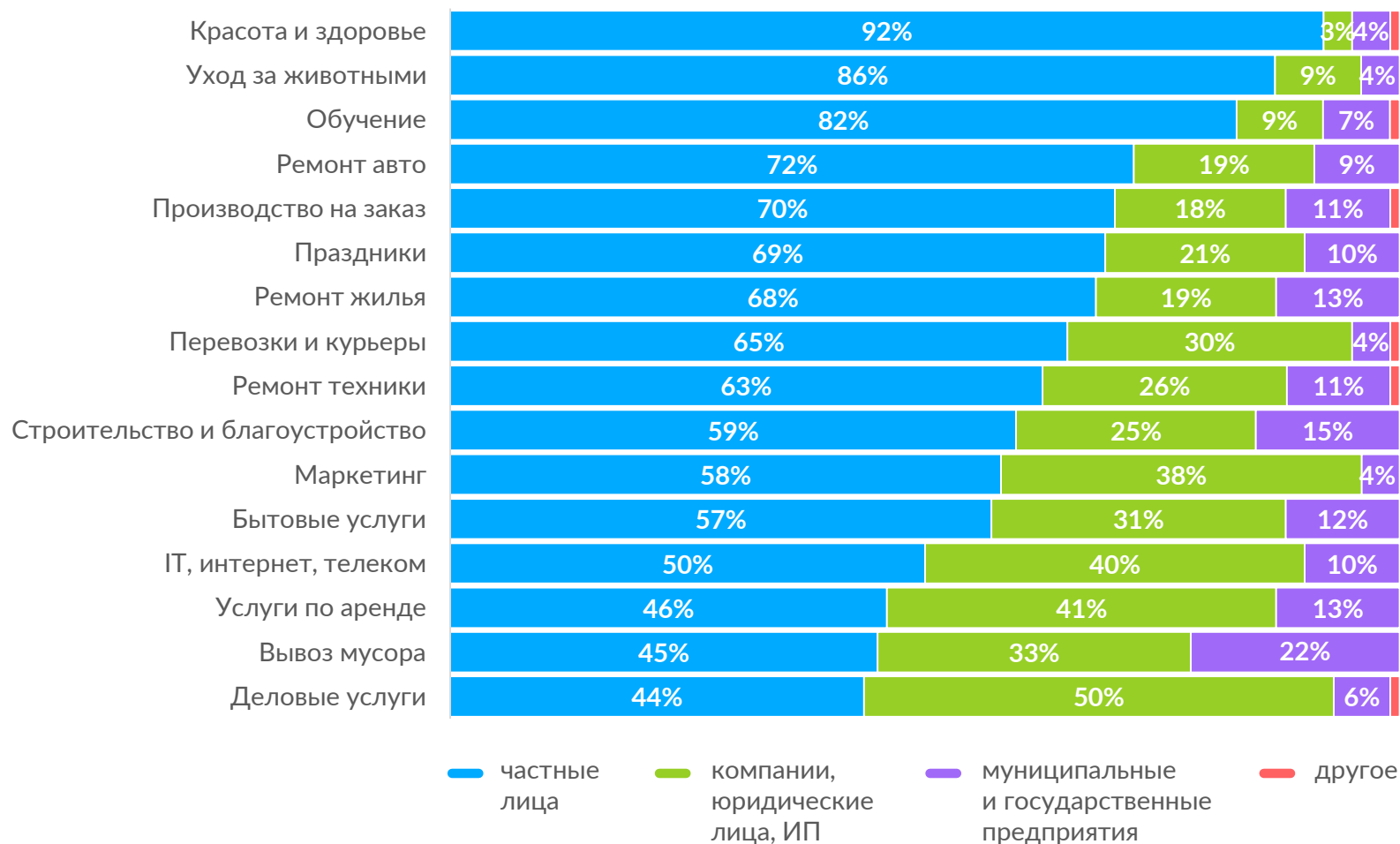


— В 2021 году значение частных лиц для клиентских портфелей провайдеров услуг выросло. Около половины провайдеров работают только с частными лицами

— Частные заказчики обеспечили в 2021 году 63,5% сделок

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310, W3 май 2022, n = 1046.
Вопрос: Расскажите, пожалуйста, кто обычно является вашим клиентом?

Портрет клиента в разрезе категорий, 2021 год

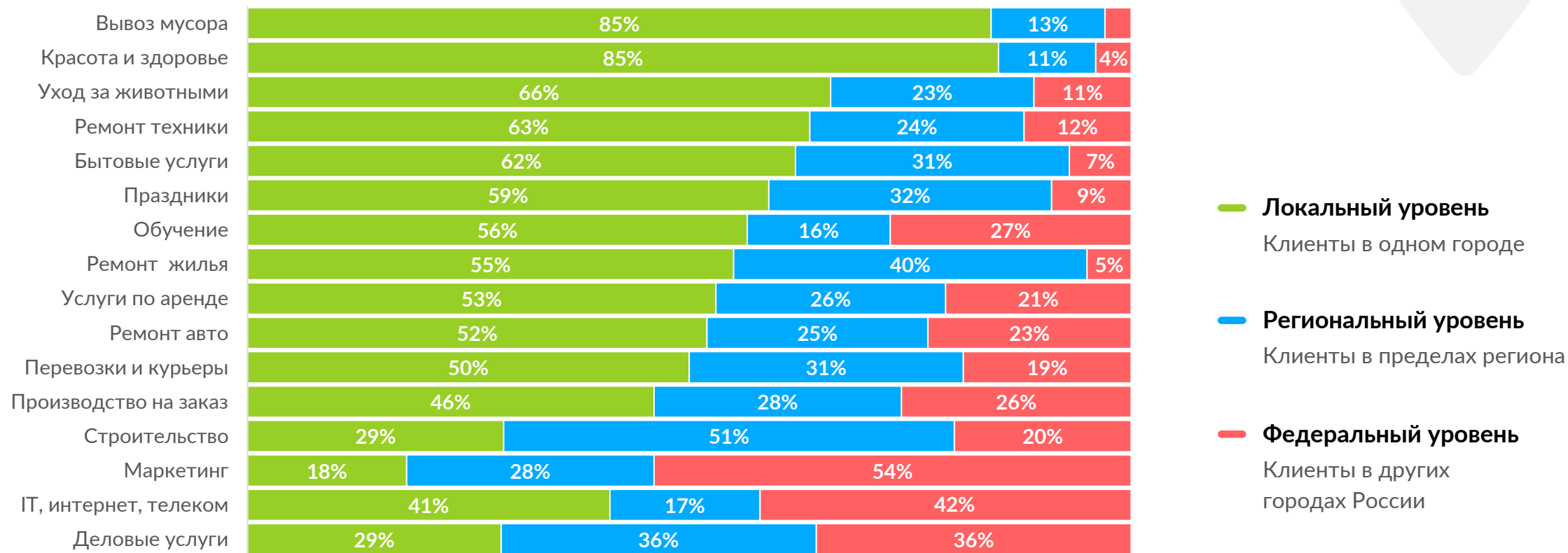


- Как и в сфере услуг в целом, в микробизнесе состав клиентской базы провайдера услуг определяется не столько размером компании, сколько направленностью услуги
- У 90% «работников красоты» основной клиент – частное лицо, у половины провайдеров деловых услуг основной клиент – компании, а каждая пятая компания, занимающаяся вывозом мусора, работает на муниципалитет

Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 1310.
 Вопрос: Расскажите, пожалуйста, кто обычно является вашим клиентом?

В большинстве сегментов сферы услуг провайдеры работают преимущественно на местном уровне

Распределение клиентской базы



Онлайн-опрос партнёров Авито, март 2022, n = 9198.
Вопрос: Где находятся клиенты, с которыми вы работаете?



[← к оглавлению](#)

Привлечение заказов

Онлайн-площадки
для предложения услуг

Каналы привлечения заказов

Доли провайдеров, использующих канал

2020

2021

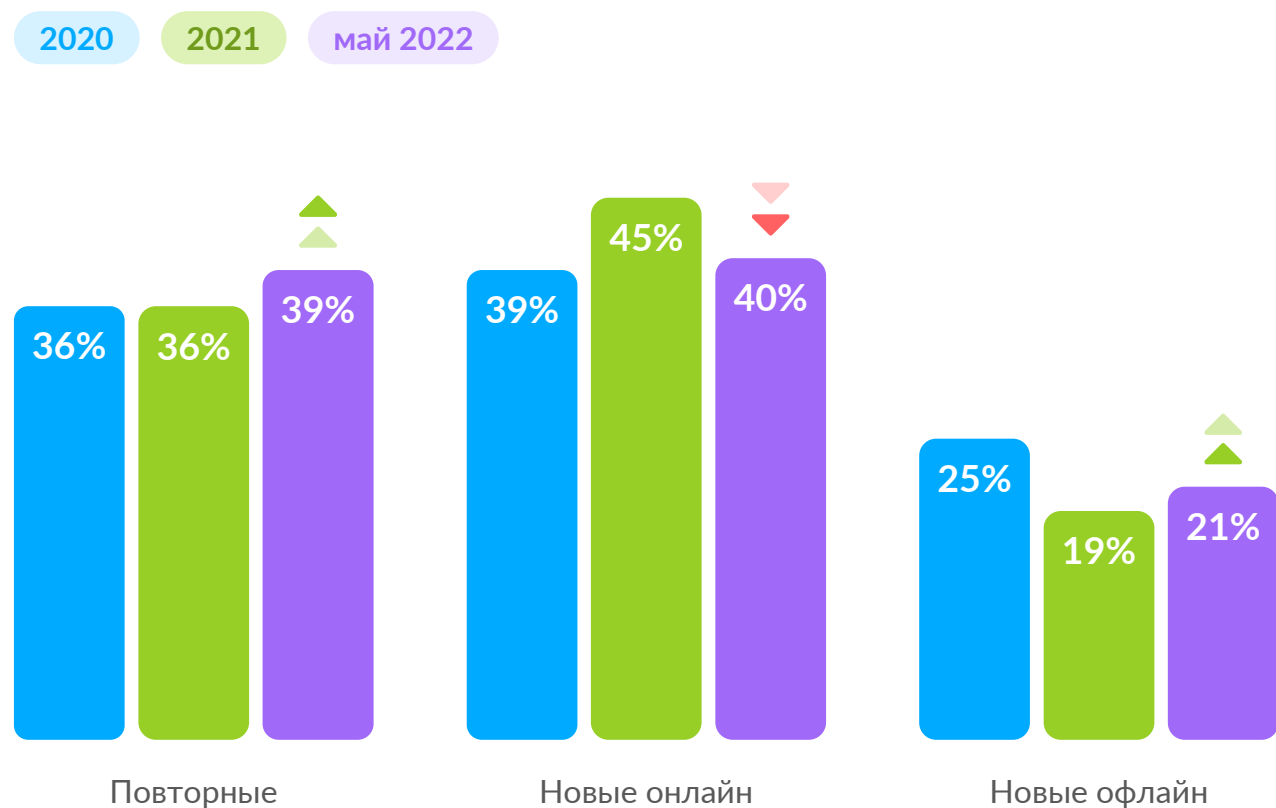
май 2022



- 70% получают заказы через интернет в мае 2022 года, в 2021 году – 71%
- Доля использовавших за последние 12 месяцев **хотя бы один платный канал** увеличилась за год на 2 п.п. и составляла в 2021 году **34%**
- В мае 2022 года 33% использовали платные каналы за последние 2 месяца

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310, W3 май 2022, n = 911.
 Вопрос: Откуда вы (ваша компания, команда, бригада) получаете заказы?

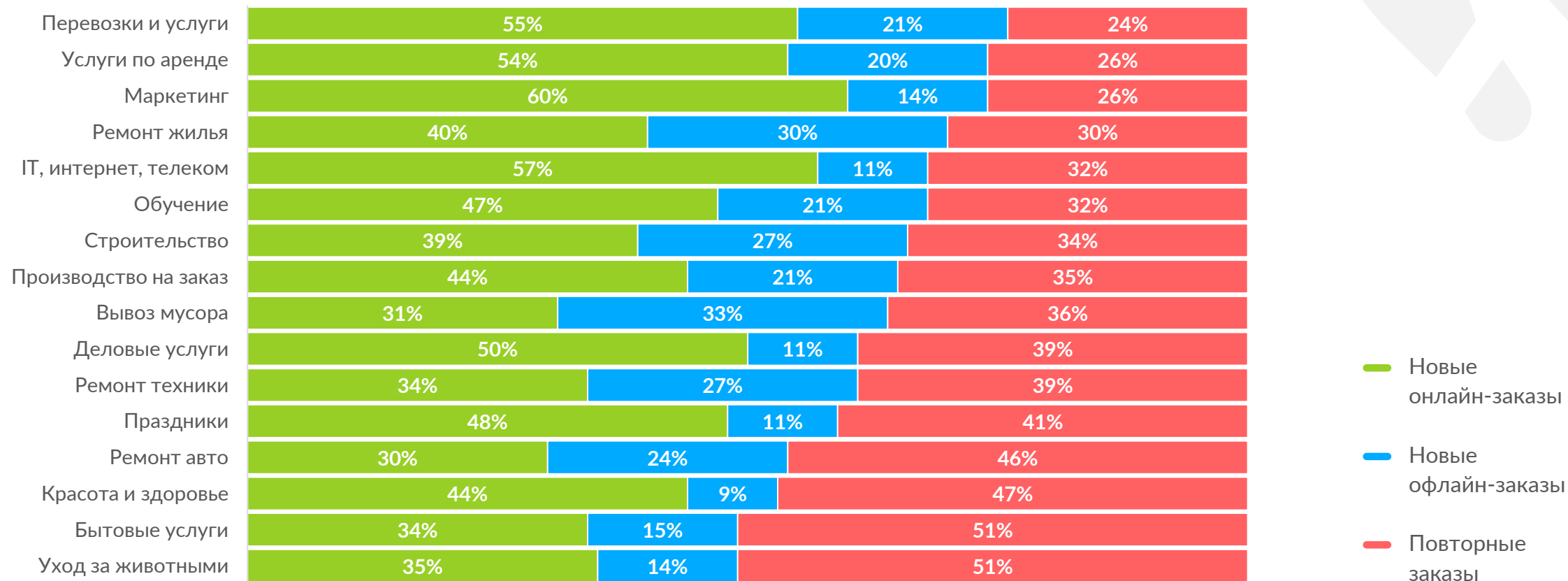
Распределение заказов по источникам



- Значение интернета для получения новых заказов растет. В 2021 году на долю онлайн-каналов привлечения заказов (размещение информации в интернете и онлайн-реклама) пришлось 45% всего объема заказов в сфере услуг, выполняемых микрокомпаниями и самозанятыми исполнителями
- Однако после ухода с российского рынка Instagram* и Facebook* провайдером услуг, которые их использовали, пришлось искать другие каналы привлечения заказов. Потеря привычных онлайн-площадок привела к увеличению доли заказов, поступающих от прежних и постоянных клиентов, а также из офлайна

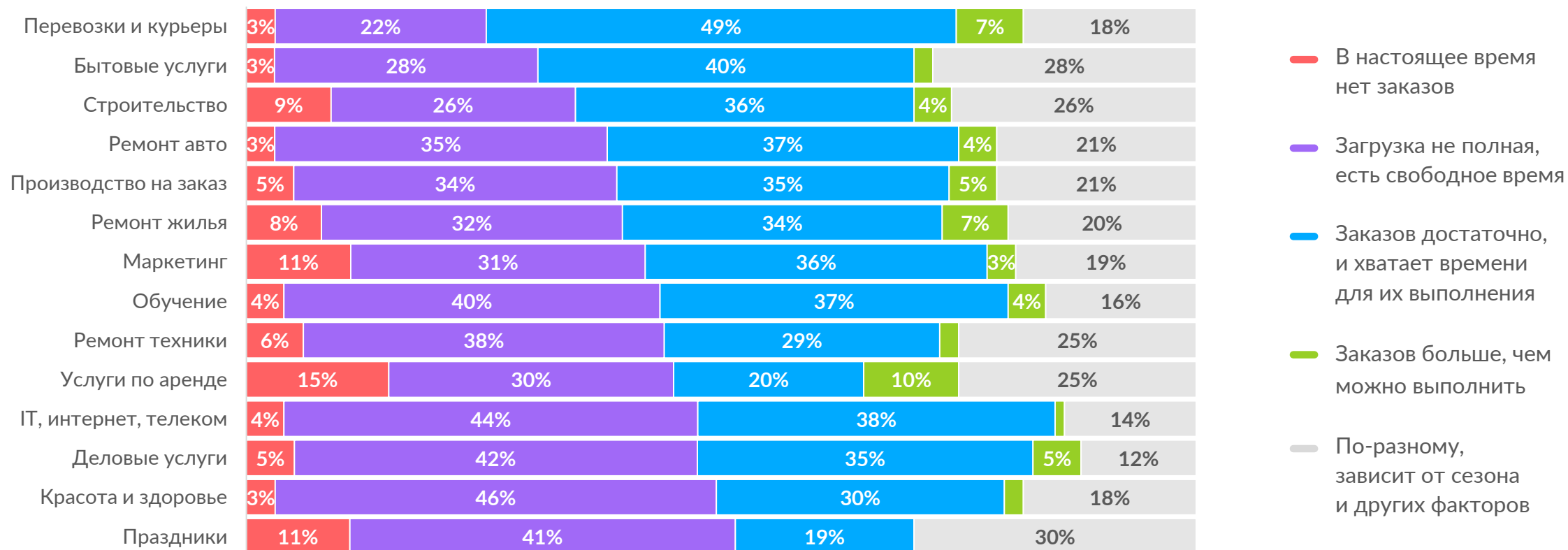
* Принадлежит Meta Platforms Inc., чья деятельность запрещена в Российской Федерации.
Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310

Источники заказов на услуги, 2021



Обеспеченность заказами, 2021

«Какое высказывание лучше всего подходит для описания вашей обычной ситуации с заказами и графиком работы?»

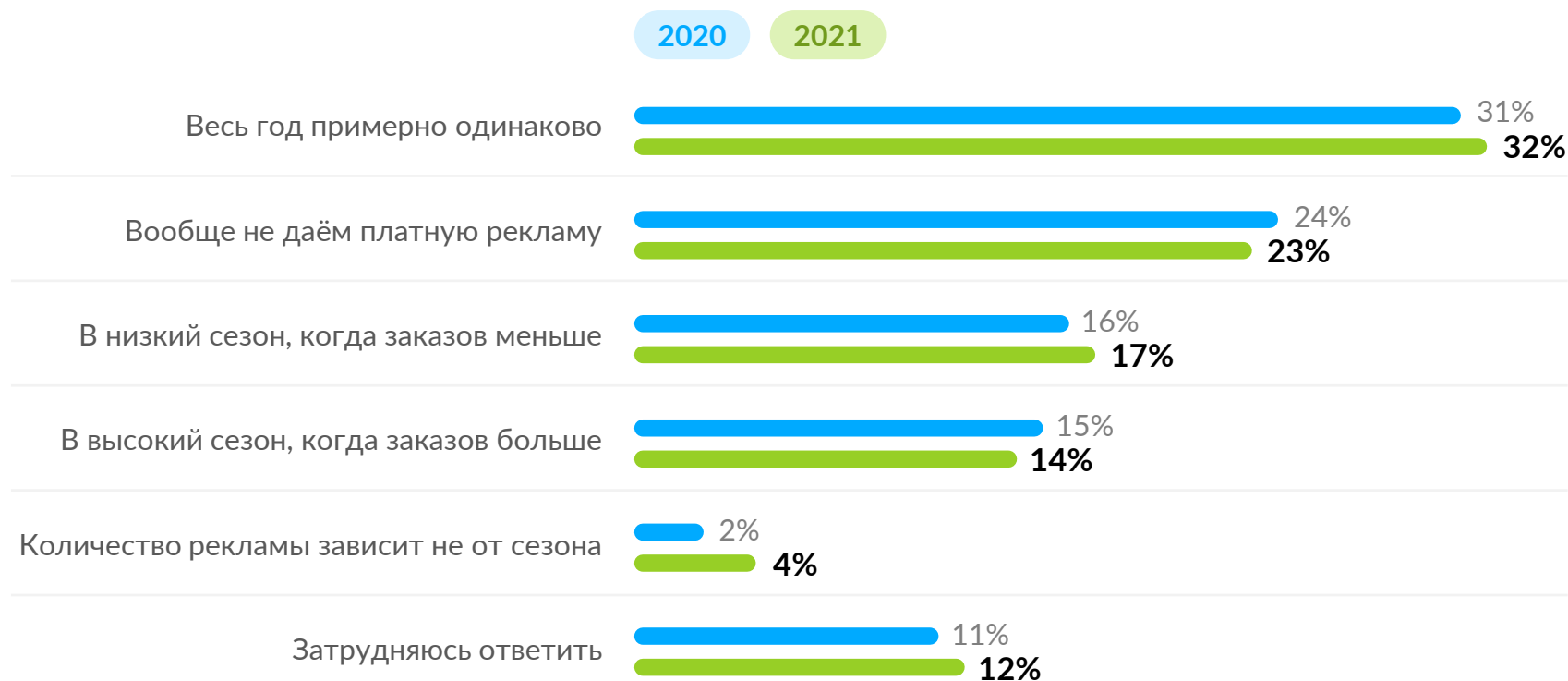


Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 1262.

Вопрос: Какое высказывание лучше всего подходит для описания вашей обычной ситуации с заказами и графиком работы?

Сезонность расходов на рекламу

«Когда вы даете больше платной рекламы?»



10%

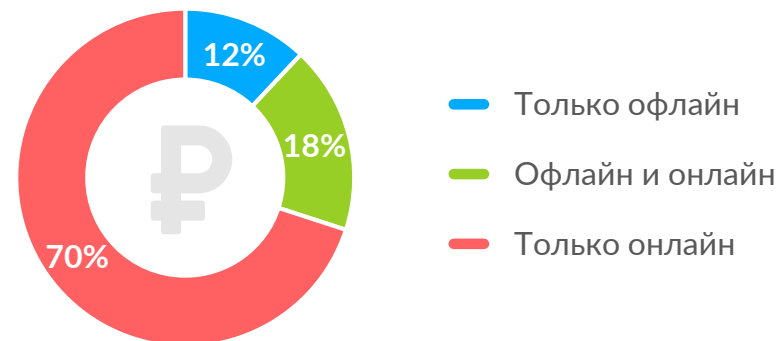
от месячной выручки
составляют в среднем
расходы на рекламу

Использование платных каналов привлечения

Доля от использующих платные каналы



Платное использование каналов привлечения, 2021



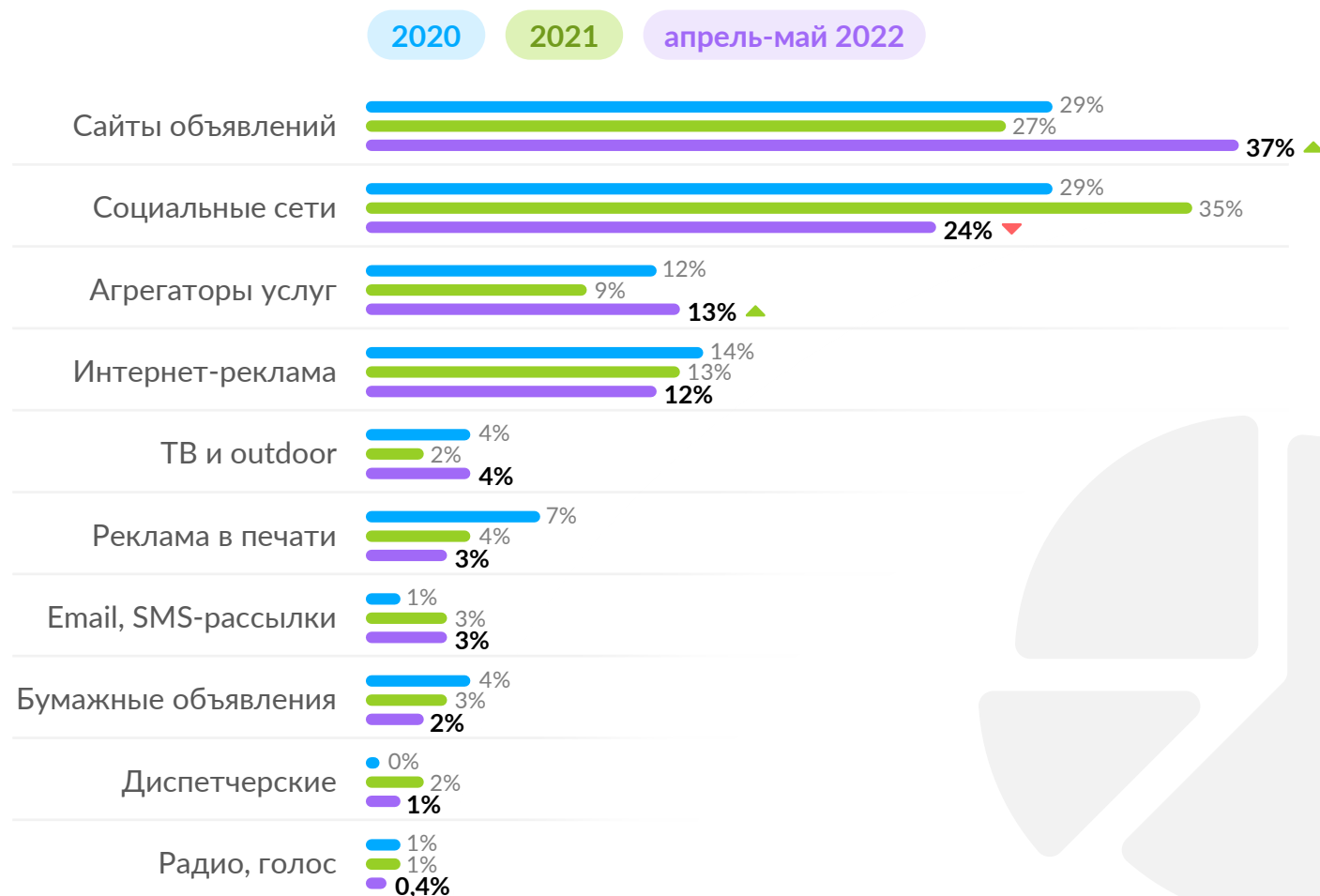
- Доля использующих платные каналы достигла в 2021 году 34% (32% в 2020-м). Основным каналом привлечения заказов для платящей аудитории стали социальные сети.
- Ситуация изменилась в апреле 2022 года с уходом с российского рекламного рынка Instagram* и Facebook*. За апрель и май 35% платящей аудитории использовали платные сервисы социальных сетей, а платное размещение на сайтах объявлений – 50%. Также выросло использование интернет-рекламы и агрегаторов услуг.

* Принадлежит Meta Platforms Inc., чья деятельность запрещена в Российской Федерации. Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310, W3 май 2022, n = 226. За последние 2 месяца ваша компания/команда/бригада использовала платные способы привлечения заказов? В мае 2022 вопрос задавался о периоде 2 месяца.

Сплит рекламных расходов

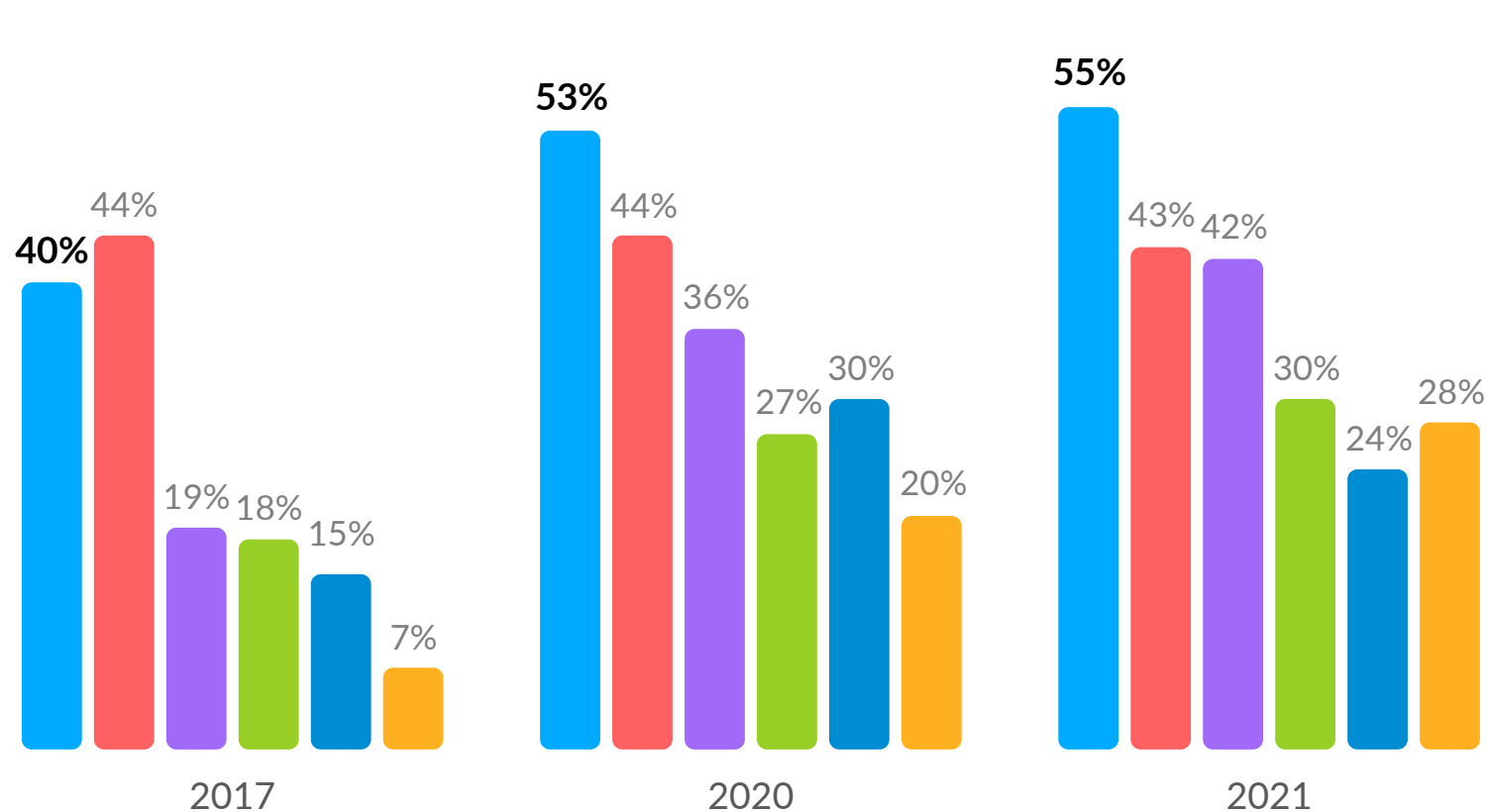
Вместе с использованием платных каналов изменилось распределение рекламных расходов

- В 2021 году социальные сети увеличили свою долю в сплите рекламных расходов провайдеров услуг до 35%.
- В апреле-мае 2022 она резко сократилась до 24%.
- Наибольшая доля рекламного пирога теперь принадлежит сайтам объявлений – 37%.



Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310.
Вопрос: Если за 100% принять все деньги, которые ваша компания/команда потратила на привлечение заказов за последние (12 месяцев), сколько процентов придется на каждый из каналов?

Использование онлайн-площадок провайдерами услуг, 2017-2021



- Авито
- ВКонтакте
- Instagram*
- WhatsApp, Telegram, Viber
- Юла
- Агрегаторы услуг**

- Лидирующая площадка по использованию провайдерами услуг – Авито (55% от представленных в интернете)
- В 2021 году топ-3 составляли Авито, ВКонтакте и Instagram*
- В мае 2022 на третье место в топе поднялись мессенджеры (см. далее)

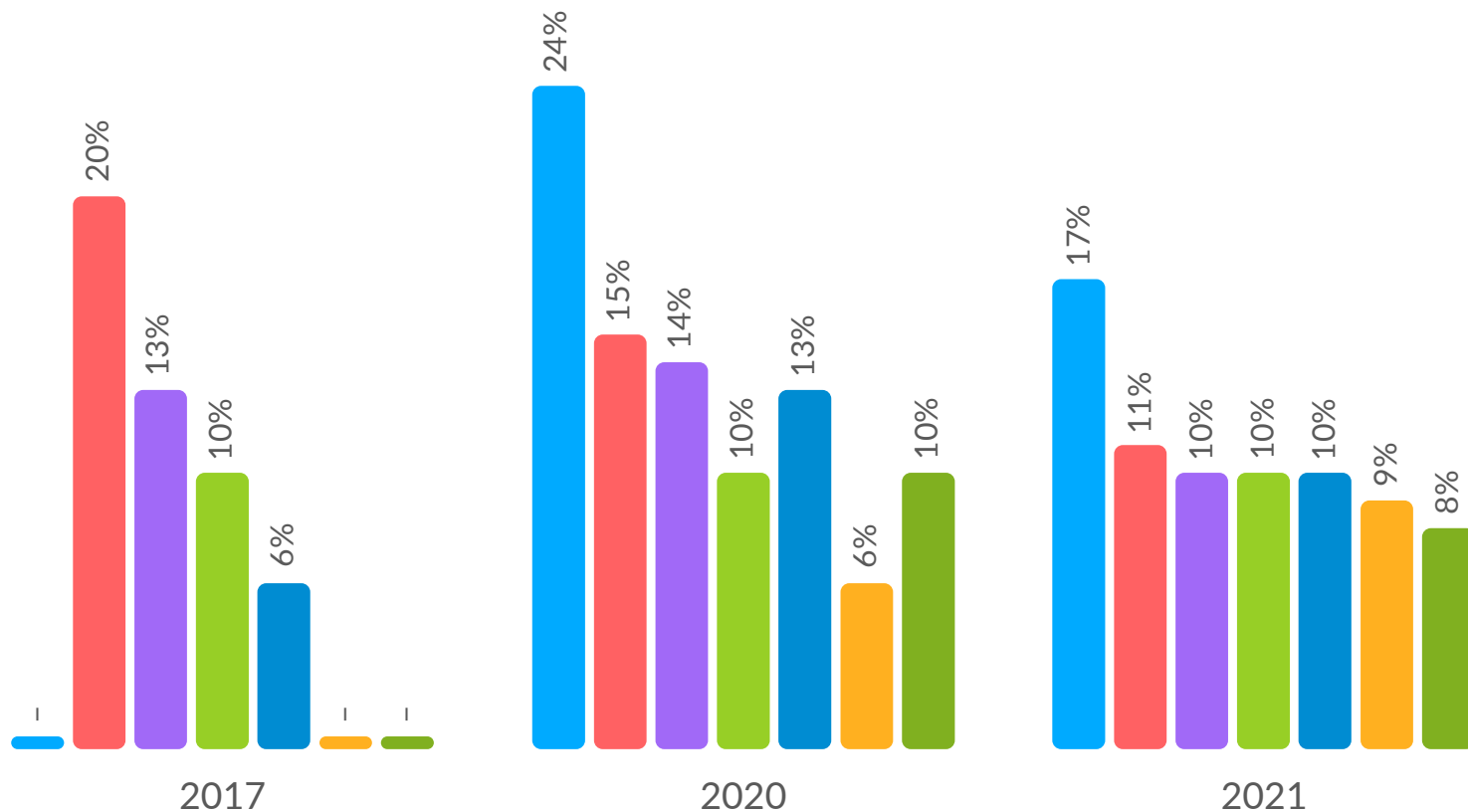
* Принадлежит Meta Platforms Inc., чья деятельность запрещена в Российской Федерации.

** Агрегаторы услуг – Профи.Ру, Яндекс.Услуги, YouDo.

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W0 август 2017, n = 1766, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310.

Вопрос: На каких сайтах и/или мобильных приложениях ваша компания/команда/бригада предлагала свои услуги в течение последних 12 месяцев?

Использование онлайн-площадок провайдерами услуг, 2017-2021



- Свой сайт
- Одноклассники
- Facebook*
- YouTube
- 2ГИС
- TikTok
- Яндекс.Карты

— Представлены площадки, чья аудиторная доля не превышала в 2021 году 20%

* Принадлежит Meta Platforms Inc., чья деятельность запрещена в Российской Федерации.
Онлайн-опрос исполнителей услуг, W0 август 2017, n = 1766, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310.
Вопрос: На каких сайтах и/или мобильных приложениях ваша компания/команда/бригада предлагала свои услуги в течение последних 12 месяцев?

Изменение в использовании площадок для предложения услуг в апреле-мае 2022 года по сравнению с 2021 годом

Доля от провайдеров, представленных в интернете

	За 12 мес. 2021	Апрель-май 2022	Позиция май 2022		За 12 мес. 2021	Апрель-май 2022	Позиция май 2022
Авито	55%	53%	1		2ГИС	10%	9 +2
ВКонтакте	43%	46%	2		YouTube	10%	10
WhatsApp, Telegram, Viber	30%	30%	3 +1		Яндекс.Карты	8%	11 +2
Агрегаторы услуг	28%	27%	4 +1		Яндекс.Бизнес	7%	12 +2
Instagram*	42%	24%	5 -2		TikTok	9%	13 -1
Собственный сайт	17%	23%	6 +1		Facebook*	10%	14 -5
Юла	24%	20%	7 -1		Ремонтник.ру	4%	15
Одноклассники	11%	13%	8		Помогатель.ру	2%	16

8% исполнителей
пользуются
только Авито

— По состоянию на 2021 год 14% провайдеров услуг не были представлены в интернете

* Принадлежит Meta Platforms Inc., чья деятельность запрещена в Российской Федерации.

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W2 март 2022, n = 1310, W3 май 2022, n = 706. Вопрос: На каких сайтах и/или мобильных приложениях ваша компания/команда/бригада предлагала свои услуги в течение последних 12 месяцев (последних 2 месяцев)?

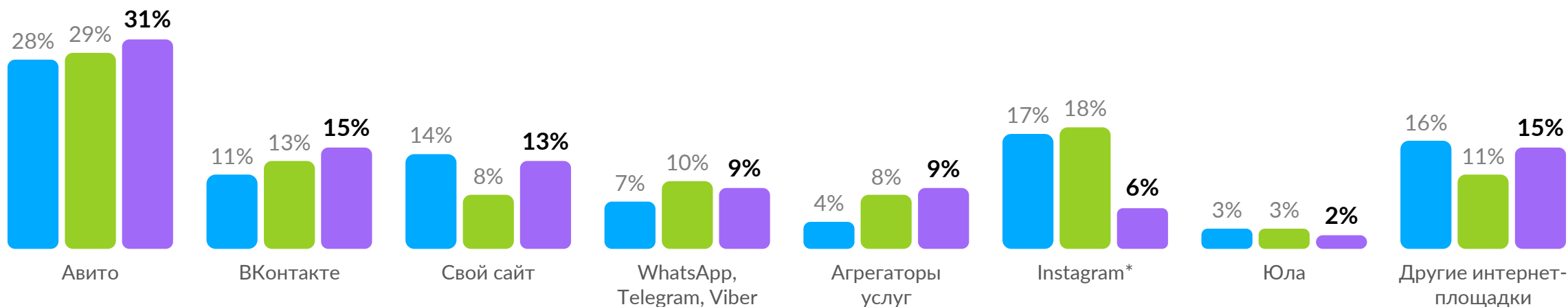
Авито – лидирующая площадка по привлечению заказов через интернет

Распределение онлайн-заказов по данным вопроса об источнике последнего заказа

2020

2021

май 2022



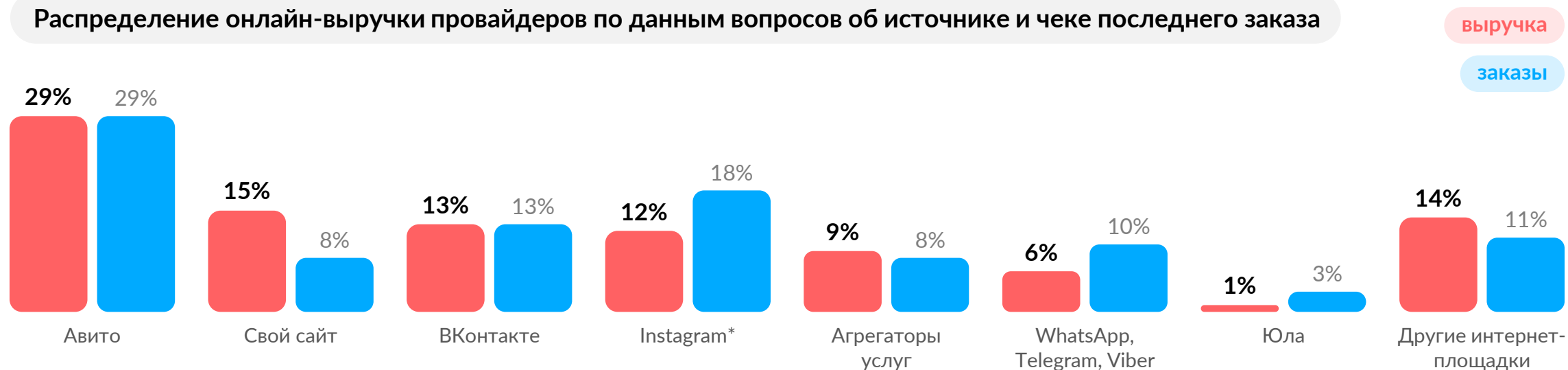
— На протяжении 2020 и 2021 гг. ключевые площадки наращивали свои доли в онлайн-заказах, в то время как состав и порядок следования в топ-3 не менялся: Авито, Instagram*, ВКонтакте

— В 2022 году произошло резкое падение доли Instagram* с 18% до 6% в связи с его блокировкой. По данным майского измерения, доля Instagram* в онлайн-заказах провайдеров услуг переходит к площадкам топа – Авито, ВКонтакте и агрегаторам услуг (Яндекс.Услуги, Profi, Youdo). Существенно выросло значение собственных сайтов провайдеров услуг, на долю которых пришлось в мае 13% онлайн-заказов

* Принадлежит Meta Platforms Inc., чья деятельность запрещена в Российской Федерации.
Онлайн-опрос исполнителей услуг W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310, W3 май 2022, n = 706.
Вопрос: С какого сайта / мобильного приложения вы получили ваш последний по времени онлайн-заказ?

На 8 ключевых площадок приходится 89% онлайн-заказов и 86% онлайн-выручки

Распределение онлайн-выручки провайдеров по данным вопросов об источнике и чеке последнего заказа



Стоимость заказа с площадки по сравнению со средней стоимостью онлайн-заказа

Свой сайт	200%	Instagram*	67%
Авито	100%	Мессенджеры	56%
ВКонтакте	97%	Юла	43%

* Принадлежит Meta Platforms Inc., чья деятельность запрещена в Российской Федерации.
 Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 416. Вопрос: С какого сайта / мобильного Приложения вы получили ваш последний по времени онлайн-заказ? Сколько составил чек этого заказа?

- С собственных сайтов провайдеры услуг получают более дорогие заказы. Разница в чеке составляет в среднем x2
- Топ-3 площадок по доле онлайн-заказов в 2021 году: Авито, Instagram*, ВКонтакте
- Топ-3 площадок по доле онлайн-выручки: Авито, собственный сайт провайдера, ВКонтакте

Изменение в оценке эффективности площадок для привлечения заказов в мае 2022 года по сравнению с мартом

	Март 2022	Май 2022		Март 2022	Май 2022
Авито	42%	43%	Яндекс.Услуги	9%	11%
ВКонтакте	22%	26% ▲	Юла	8%	6%
Собственный сайт	12%	16% ▲	Яндекс.Бизнес	2%	4%
Instagram*	29%	15% ▼	Profi.ru	5%	2% ▼
WhatsApp, Telegram, Viber	11%	11%	YouDo	1%	1%

— Авито считают одной из трех самых эффективных площадок (доля от провайдеров, представленных в интернете)

— После запрета в России Instagram* значение собственных сайтов и социальной сети ВКонтакте для провайдеров услуг выросло

* Принадлежит Meta Platforms Inc., чья деятельность запрещена в Российской Федерации.

Онлайн-опрос исполнителей услуг, W2 март 2022, n = 1310, W3 май 2022, n = 706.

Вопрос: Какие площадки для привлечения клиентов и заказов вы считаете самыми эффективным? Выберите не более трех



Использование онлайн площадок в 2021 году: Авито



провайдеров услуг
используют Авито


доля от тех, кто публикует
в интернете предложение
своих услуг

Использование площадки не одинаково в разных сегментах сферы услуг

- Среди компаний и самозанятых исполнителей, занимающихся ремонтом и строительством жилья, три из четырех используют Авито
- Среди занимающихся ремонтом машин и техники, деловыми или бытовыми услугами – более половины

Использование по категориям услуг



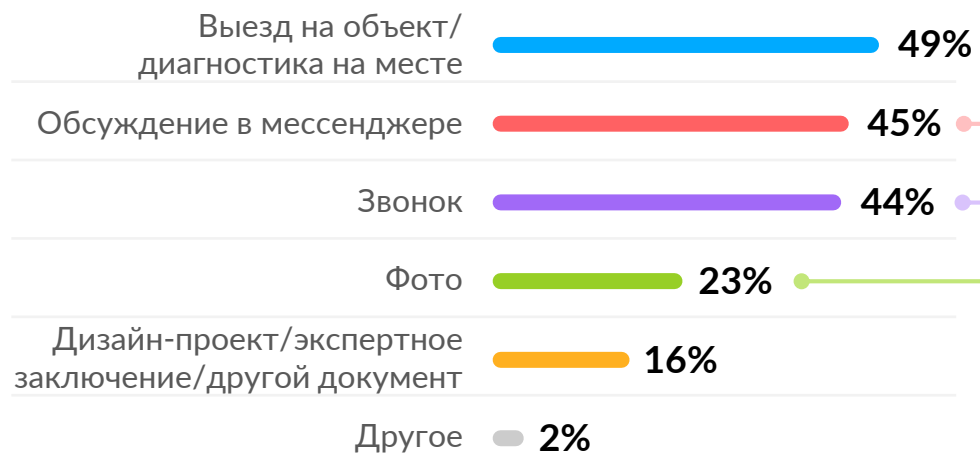


[← к оглавлению](#)

Операционная деятельность

Вводные для формирования стоимости заказа

«Каких вводных вам достаточно для формирования стоимости заказа?»



Способ, который используют чаще всего



- Основной способ оценки сложности и стоимости заказа – это выезд к клиенту или осмотр на месте, его использует половина провайдеров услуг
- Почти так же широко используются обсуждение по телефону и в мессенджере, которые одинаково популярны

Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 1310.
Вопрос: Каких вводных вам достаточно для формирования стоимости заказа?

Способ расчета стоимости услуг для клиента

«Как вы рассчитываете для клиента стоимость оказываемых услуг в основной сфере вашей деятельности?»



Способ расчета стоимости



Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2022, n = 1310.

Вопрос: Как вы рассчитываете для клиента стоимость оказываемых услуг в основной сфере вашей деятельности?

Способы оформления взаимоотношений с клиентами

«Как вы оформляете взаимоотношения с клиентами?»



Провайдеры стали уделять больше внимания документообороту

- Доля работающих на основании устных или письменных договоренностей сократилась за год с 71% до 63%
- Половина провайдеров заключают договоры как минимум с частью клиентов

Онлайн-опрос партнёров Авито, W1 март 2021, n = 7930, W2 март 2022, n = 8600.
Вопрос: Как вы оформляете взаимоотношения с клиентами?

Предоставление гарантий

«Ваша компания/команда/бригада предоставляет своим клиентам гарантии на качество выполненных работ?»

10%

провайдеров предоставляют своим клиентам страхование ответственности как гарантию качества услуг



Онлайн-опрос исполнителей услуг, W1 март 2021, n = 1871, W2 март 2022, n = 1310.

Вопрос: Ваша компания/команда/бригада предоставляет своим клиентам гарантии на качество выполненных работ?

Способы получения оплаты за услуги

«Как вы получаете плату за услуги?»



Использование наличных при расчетах за услуги за год не изменилось

- Оплату наличными в 2021 году принимали 70% провайдеров услуг
- При этом все формы безналичных расчетов стали использоваться значительно шире

Онлайн-опрос партнёров Авито, W1 март 2021, n = 7930, W2 март 2022, n = 8600.
Вопрос: Как вы получаете плату за услуги?

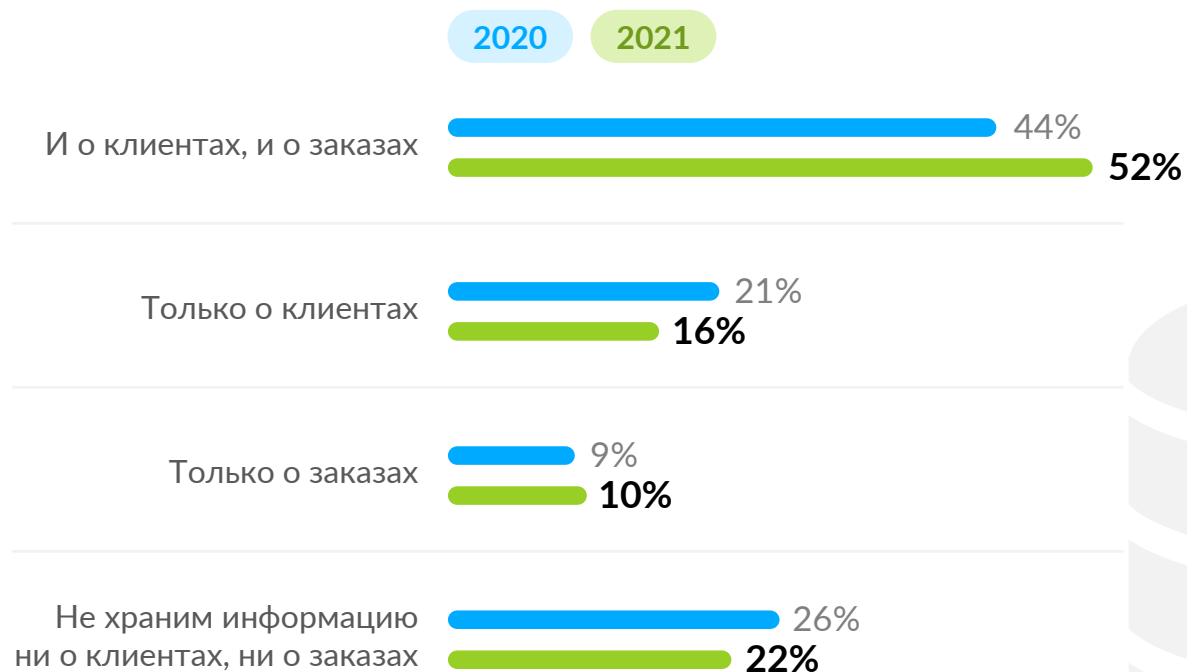
Хранение информации

«Вы храните / ваша команда хранит информацию о клиентах или о выполненных заказах?»

78%


провайдеров услуг в той или иной форме сохраняют данные о своих клиентах и заказах

- Компании чаще хранят историю заказов (83%), чем самозанятые исполнители услуг (72%)
- По сравнению с 2020 годом, доля провайдеров услуг хранящих информацию о клиентах и заказах увеличилась на 12 п.п. и составила 52%




Онлайн-опрос партнёров Авито, W1 март 2021, n = 7930, W2 март 2022, n = 8600.

Вопрос: Вы храните / ваша команда хранит информацию о клиентах или о выполненных заказах?



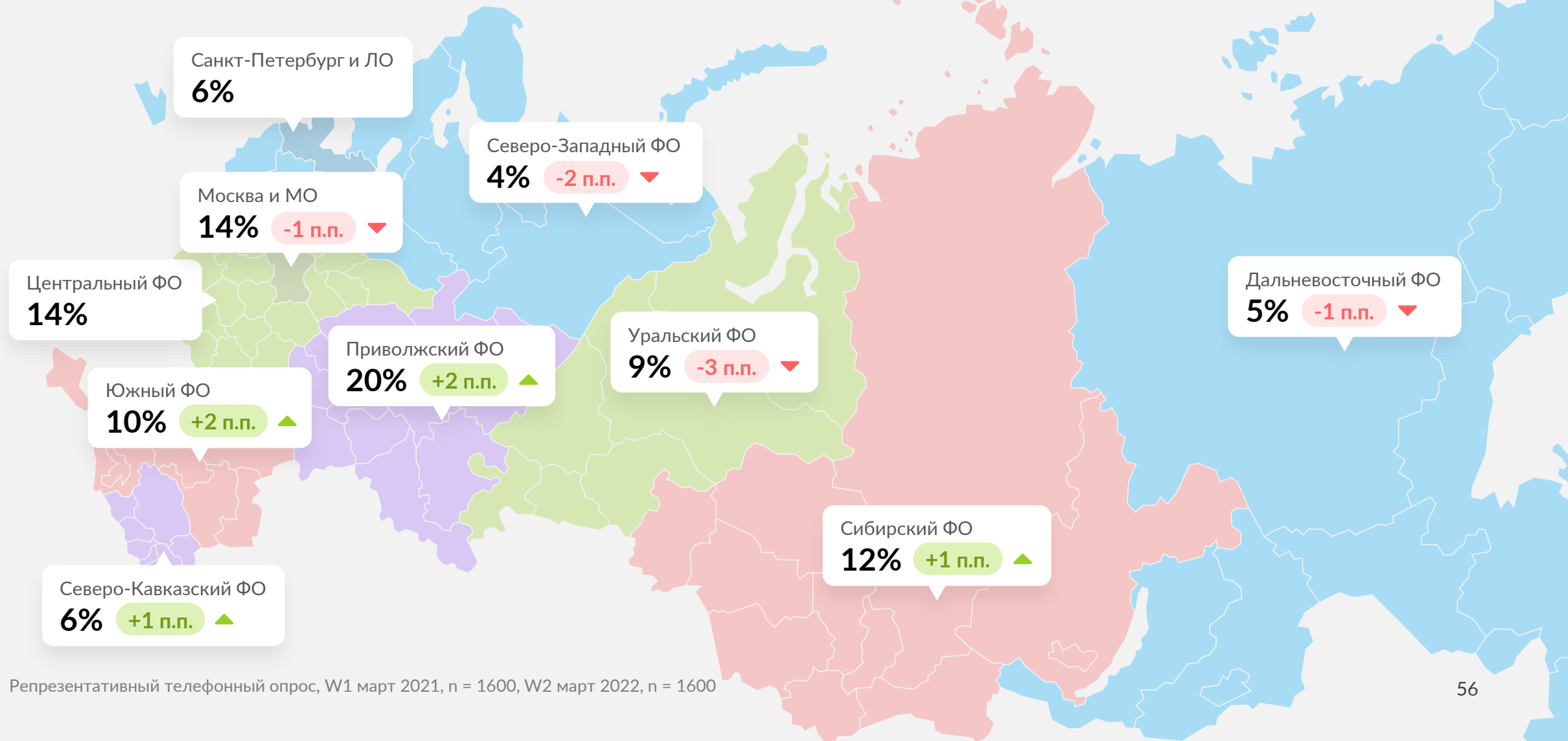
[← к оглавлению](#)

Рынок услуг в регионах



В ЦФО проживает более четверти работающих в сфере услуг

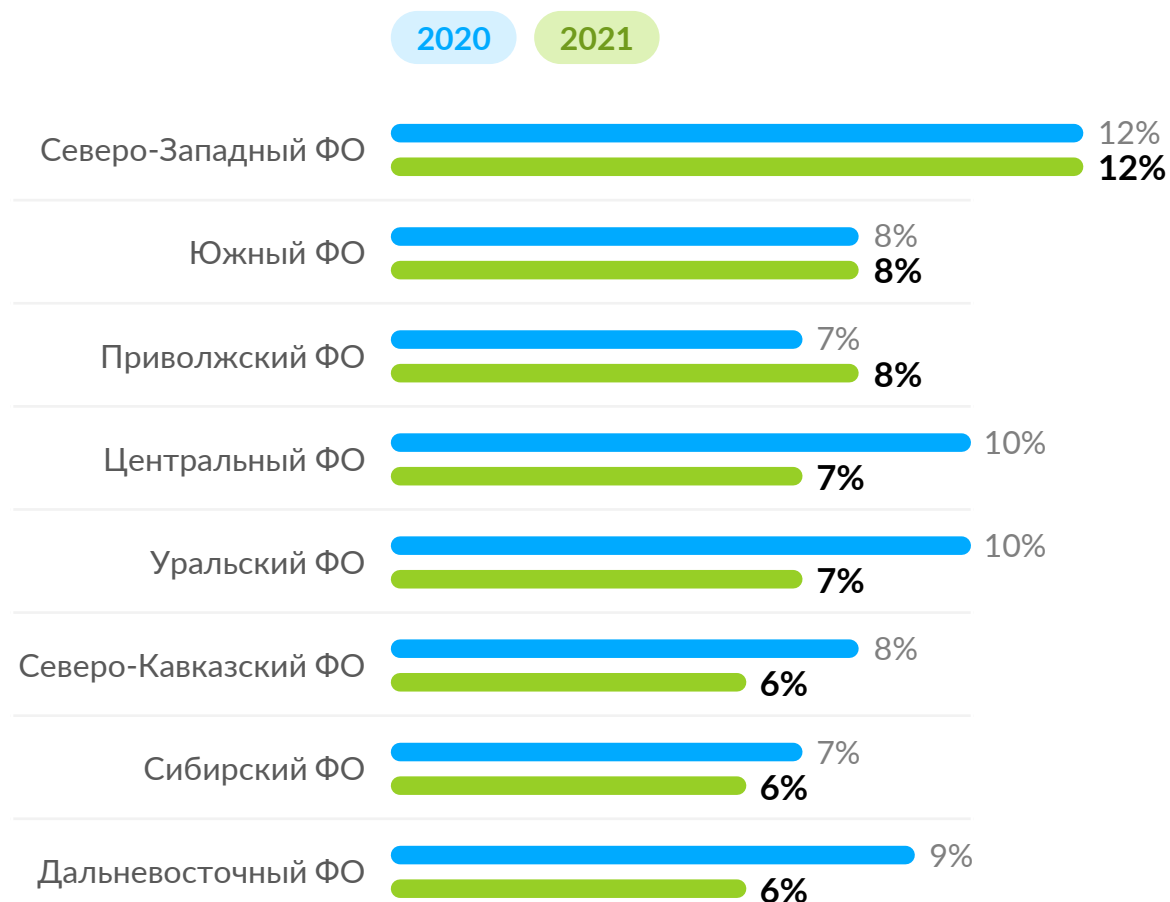
Распределение исполнителей по макрорегионам



Репрезентативный телефонный опрос, W1 март 2021, n = 1600, W2 март 2022, n = 1600

Проникновение в регионах

- В Москве проникновение осталось на прежнем уровне
- Снижение в центральном регионе произошло за счет уменьшения доли работающих в микробизнесе сферы услуг в других городах региона, без учета Москвы



Треть заказов приходится на ЦФО


Распределение заказов по макрорегионам

Регион	Доля	Заказы, млн
Сибирский ФО	18%	467
Москва и МО	16%	424
ЦФО без Москвы и МО	15%	383
Приволжский ФО	15%	381
Южный ФО	9%	239
Уральский ФО	9%	231
СЗФО без Санкт-Петербурга и ЛО	5%	141
Северо-Кавказский ФО	5%	121
Дальневосточный ФО	5%	120
Санкт-Петербург и ЛО	4%	97
Вся Россия	100%	2 600

Онлайн-опрос исполнителей услуг, март 2021, n = 1871.

Вопрос: Какой объем работ вы, ваша компания/команда выполняете в среднем в высокий сезон?

Данные пересчитаны на среднегодовой показатель с учетом сезонности



[← к оглавлению](#)



Методика



Источники данных



Телефонный опрос с использованием технологии CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)

Выборка репрезентирует взрослое население РФ (18+) по полу, возрасту, типу места жительства. Телефонные номера для опроса генерируются случайным образом, при этом учитывается диапазон номеров – мобильные или стационарные, сохраняется распределение по федеральным округам

1 600 интервью в феврале 2022



Онлайн-опрос исполнителей услуг

— Методом поточной выборки (River Sampling)

1 051 анкета в марте 2022

— Панельный опрос

1 040 анкет в марте 2022

— Панельный опрос

1 046 анкет в мае 2022



Онлайн-опрос методом анкетирования по базе партнеров Avito,

у которых за 12 месяцев, предшествовавших опросу, было хотя бы 1 активное объявление об оказании услуг

9 672 анкет в марте 2022

Целевая аудитория



Мужчины и женщины в возрасте 18-64, занятые оказанием услуг



В исследовании были установлены квоты на пол, возраст и макрорегионы, репрезентирующие структуру населения России



Все населенные пункты России



Специалисты, работающие в одиночку, а также команды и компании с численностью штата до 15 человек включительно

Только специалисты, занятые в одном из сегментов

- ремонт жилья
- строительные работы и благоустройство территории
- транспорт и аренда техники
- перевозки и курьеры
- ремонт авто
- ремонт и подключение бытовой и цифровой техники
- красота и здоровье
- праздники
- производство на заказ и художественные услуги
- деловые услуги
- бытовые услуги
- обучение
- IT, интернет, телеком
- уход за животными
- аренда и обслуживание производственного оборудования
- маркетинг и PR

Размер выборки



Онлайн-опрос
исполнителей услуг

Опрос
партнеров Авито

Вся выборка	2 091	9 672
Компании и коллективы	1 240	2 903
Работающие в одиночку	735	6 653
Диспетчеры	116	116
В том числе категории:		
IT, интернет, телеком	161	297
Бытовые услуги	91	392
Вывоз мусора	20	137
Деловые услуги	228	474
Красота и здоровье	212	1 059
Маркетинг	80	135
Обучение	164	435
Перевозки и курьеры	171	899
Праздники	64	376
Производство на заказ	169	1 105
Ремонт авто	72	655
Ремонт жилья	200	1 503
Ремонт техники	86	821
Строительство и благоустройство	302	818
Услуги по аренде	39	417
Уход за животными	19	149

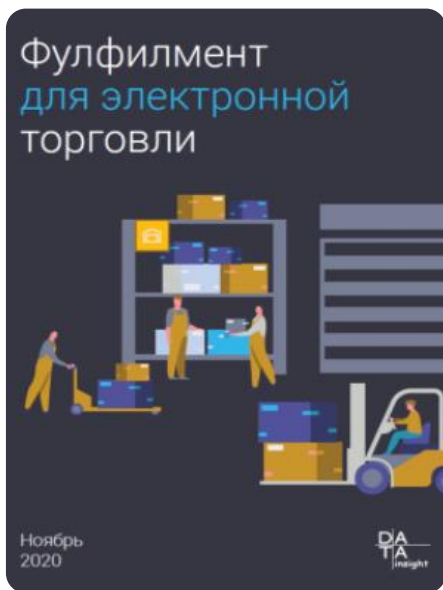
Партнеры Data Insight



Яндекс Маршрутизация



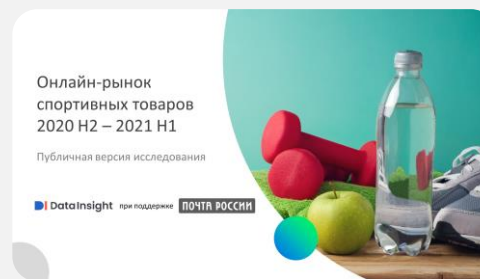
Публичные исследования Data Insight



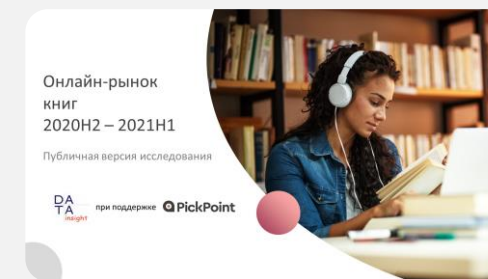
[Фулфилмент для интернет-торговли 2020](#)



[Доставка крупногабаритных товаров](#)



[Онлайн-рынок спортивных товаров](#)



[Онлайн-рынок книг](#)



[Логистика для электронной торговли](#)



[Интернет-торговля в России 2020](#)



Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и digital рынков.

Наши публичные исследования

datainsight.ru/public 

Перейти

Мониторинг e-commerce

Новостной еженедельный мониторинг рынка eCommerce от Data Insight

Подписаться

Новости Data Insight

Рассылка исследований Data Insight на почту в день публикации

Подписаться

Контакты

a@datainsight.ru | +7 (495) 540 59 06

datainsight.ru 

Дополнительные контакты