

ОТЧЕТ О РЕЗУЛЬТАТАХ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ «ПЛАТФОРМЫ, КОТОРЫХ НЕТ: ЗАПРОС НА ОТРАСЛЕВЫЕ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПЛАТФОРМЫ — АГРЕГАТОРЫ ТОВАРОВ И УСЛУГ»



АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

В настоящее время в российской экономике параллельно развиваются два близких, но не тождественных друг другу процесса: развитие экономики самозанятости и развитие экономики платформ-агрегаторов. И хотя исследования показывают, что большинство самозанятых реализует свои услуги и производимые товары именно через интернет-платформы, развитие этих двух новых экономик в единой связке не рассматривается на законодательном уровне.

Между тем процесс нормотворчества в регулировании и самозанятости, и платформенной занятости в последнее время идет активно как на федеральном, так и на региональном уровне, и решения, которые будут приняты в ближайшем будущем в отношении прав и обязанностей платформ-агрегаторов в отношении их постоянных партнеров заложат основу взаимосвязи самозанятости и платформенной экономики.

Предлагаемое к рассмотрению исследование — первое в России, где исследуется запрос к интернет-платформам, их функциям и сервисам со стороны самозанятых.

ПРОБЛЕМАТИЗАЦИЯ

Как упоминалось выше, формирование регулирования и режима самозанятости, и деятельности платформ-агрегаторов в настоящее время находится в активной стадии. При этом возможности и обязанности платформ в отношении участников хозяйственных отношений, организуемых платформами, формируются законодателем в первую очередь как элемент защиты прав потребителей, и лишь во вторую как инструмент стимулирования экономики низовой предпринимательской активности. Происходит это в силу того, что защита прав потребителей — достаточно хорошо разработанная область нормотворчества, а самозанятость по-прежнему носит характер «экономического эксперимента».

Одновременно важно отметить, что и среда самозанятых, и пул платформ-агрегаторов не субъективированы. Отсюда отсутствие как у самозанятых, так и у платформ представительских институтов и собственных артикулированных групповых интересов, которые эти институты могли бы озвучить в диалоге с законодателем.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Определение набора возможностей — сервисов, услуг — которые интернет-платформы могли бы предложить своим самозанятым постоянным партнерам и которые пока что не реализованы либо по причине отсутствия законодательного механизма предоставления таких сервисов и услуг, либо по причине того, что платформы не учитывают специфику самозанятости своих партнеров.

ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамках исследования решались следующие основные задачи:

1 Детализация артикулированного запроса постоянных партнеров платформ, работающих с использованием самозанятости, в части развития их бизнеса (производства товаров и предоставления услуг).

2 Детализация артикулированного запроса постоянных партнеров платформ, работающих с использованием самозанятости, в части их <u>личного статуса</u> как участников взаимоотношений в экономике и обществе.

ПЛАН ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамках исследования была проведена следующая работа:

Определение критериев отбора

Рекрутинг, согласование и составление расписания интервью респондентов

Разработка гайда модератора для проведения глубинных интервью

Проведение интервью с использованием аудиозаписи

Расшифровка и анализ записей интервью

Анализ данных, полученных в результате индивидуальных интервью

Подготовка финального отчета

АУДИТОРИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Лидеры общественного мнения в регионах, связанные с самозанятостью и/или платформенной экономикой, некоммерческих и политических организаций, обладающие авторитетным мнением и практическим опытом.

В ходе исследования было опрошено 20 представителей регионов Российской федерации, лидеров общественного мнения:

- 5 представителей общественного актива самозанятых и/или платформенной занятости, не прекращающих практическую деятельность в этой сфере;
- 5 представителей СМИ, активно исследующих изучаемую тему;
- 5 блогеров субъектов социальных медиа;
- 5 представителей властей регионального и муниципального уровня, в чью компетенцию входит самозанятость и платформенная экономика.

Выбор разных групп респондентов обусловлен необходимостью получения более широкой, разносторонней информации по многочисленным, отличающимся друг от друга аспектам деятельности самозанятых и постоянных партнеров интернет-платформ в разных сегментах деловой активности.

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОТРАСЛЕВОЙ СОСТАВ

В исследовании приняли участие представители 15 регионов Российской федерации:

- Москва;
- С.-Петербург;
- Республика Татарстан;
- Нижегородская обл.;
- Смоленская обл.;
- Волгоградская обл.;
- Республика Башкортостан;
- Томская обл.;
- Костромская обл.;
- Республика Саха (Якутия);
- Забайкальский край;
- Республика Дагестан;
- Кемеровская обл.;
- Республика Калмыкия;
- Омская обл.

Отраслевой состав участников:

- Образовательные услуги, репетиторство, коучинг;
- Производство кулинарных изделий на заказ, фермерские продукты, кейтеринг;
- Пассажирские перевозки;
- Курьерские услуги;
- Копирайтинг, подготовка текстов;
- Реклама;
- Творческие специальности: фотография, дизайн, изготовление предметов искусства;
- Ремонт автотранспортных средств.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В качестве методов проведения использованы:

- 1. методика формализации интервью;
- 2. методика направленного интервью;
- 3. методика «эхо»;
- 4. Методика суммирующих вопросов.

В качестве методов экспертных оценок использованы:

- 1. методика ассоциаций, основанный на изучении схожего по свойствам объекта с другим объектом;
- 2. методика парных (бинарных) сравнений, когда респондент сопоставляет альтернативные варианты, из которых надо выбрать наиболее предпочтительные и пояснить причину выбора;
- 3. методика векторов предпочтений: эксперт анализирует весь набор альтернативных вариантов и выбирает наиболее предпочтительные.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Детализация содержательного наполнения сегодняшней ценности взаимодействия самозанятых и платформ (ч.1)

Большинство респондентов отмечают, что деятельность самозанятых и партнеров интернет-платформ стали значимой составляющей социально-экономических отношений в стране.

ТЕЗИСЫ	КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ
Платформы формируют спрос на товары или услуги самозанятых в объемах, которые не может обеспечить ни один другой инструмент	10
Платформы выступают гарантами оплаты со стороны потребителя в условиях отсутствия формального (письменного) контракта	7
Внутренние рейтинги платформ объективизируют уровень квалификации самозанятых постоянных партнеров платформ и качество предоставляемых ими товаров и услуг	7
Открытость к просмотру предложений всех участников выполняет ключевую задачу ценоформирования и изменений в номенклатуре предложения товаров и услуг	7
Платформы выступают ядром профессиональных комьюнити, центрами обобщения и накопления профессиональных компетенций (возможность общения и консультаций с теми, кто предоставляет те же товары и услуги)	6
Личная позитивная история труда, закрепленная и опубличенная платформой, формирует позитивный профессиональный и социальный статус	5

1. Детализация содержательного наполнения сегодняшней ценности взаимодействия самозанятых и платформ (ч.2)

Типологические ответы:

«Самозанятость сама по себе — это всего лишь декларация в разговоре я государством: смотрите, я теперь планирую трудиться так. Только платформа дает возможность наполнить это реальными заказами и, простите за прямоту, деньгами. А так можно скачать себе сто приложений — только где ты клиента найдешь? Внутри «Моего налога» клиенты не водятся. Только на платформах».

«Разумеется, есть такие виды услуг, в которых ты ведешь клиента месяцы — репетиторы, например. И у тебя один-два, редко три клиента. Тогда платформа как способ найти потребителя не нужна — тебя с рук на руки передают, если хорош. Или отказываются передавать, если плох. Но вот роль платформ как верификатора твоей годности, квалификации, получение рейтинга, публикация отзывов довольных клиентов — она даже для тех, кто ищет потребителей услуг сам, никуда не девается».

«Кидают иногда, чего там говорить. Не всегда непосредственно на деньги. Закажут, например, [респондент называет исполняемую им на заказ услугу — ред.], ты возишься неделю — а дальше не выходят на связь. Телефоны-то одноразовые. И тут услуга платформ "гарантированная сделка" очень выручает».

«Я, когда начал работать на [респондент называет известную платформу], вообще ни одного из своих коллег по профессии не знал, даже в переписке. В голову не приходило, что от этого может быть польза. Теперь у нас группа в [название социальной сети], почти полсотни человек. Учимся друг у друга...»

13

2. Основные барьеры, с которыми сталкиваются самозанятые партнеры платформ в своей профессиональной деятельности (ч.1)

ТЕЗИСЫ	КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ
Самозанятые не представляют для банков интерес в силу малого экономического веса (за исключением небольшого числа специализированных банков).	10
Режим самозанятости до сих пор эксперимент: многие из видов необходимых для общения с внешним миром справок или документов либо отсутствуют, либо никак не учтены в регулирующих правилах тех структур, куда обращается самозанятый.	10
Самозанятым запрещена перепродажа. Но очень часто, для того, чтобы оказать услугу (например, установку или наладку), необходима предварительная покупка. Сегодня нет инструмента это сделать.	9
Специфика оказываемых услуг часто заставляет самозанятых работать совместно, однако такая форма организации труда никак не прописана в регулировании, хотя и не запрещена.	8
Получение разрешительных документов на комплектующие и материалы (сертификаты соответствия, санитарные сертификаты и пр.) для больших предприятий и для самозанятого стоит одинаково. Но объем партии конечного товара отличается, и в результате нагрузка на товар самозанятого намного выше.	7
Каждый самозанятый по отдельности не может претендовать на оптовые скидки ли отношение к себе как к большому клиенту— даже если в общем объеме самозанятые приобретают, например, большие партии средств производства. Это также ставит их в неравное положение с предприятиями с наёмными работниками.	7
Регуляторные требования для участников внешнеторговой деятельности велики, и небольшие объемы самозанятых делают внешнюю торговлю невыгодной в контексте обслуживания.	5

14

2. Основные барьеры, с которыми сталкиваются самозанятые партнеры платформ в своей профессиональной деятельности (ч.1). Продолжение.

ТЕЗИСЫ	КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ
Необходимо введение понятия «коллективная услуга» — когда крупное предприятие покупает единую однотипную услугу (например, в транспорте и логистике), а выполняет её сразу много самозанятых.	5
Обслуживание гарантии на товары и услуги для самозанятых, чьи товары и услуги производятся в одном регионе, а эксплуатируются в другом, затруднено: у самозанятых нет системы контрагентов.	5
Для самозанятых затруднено повышение квалификации: предприятие может организовать курсы для своих работников и пригласить специалиста-наставника, самозанятый для себя приглашать наставника не станет.	5
При проведении государственных тендерных закупок иногда возникает необходимость обеспечительного временного взноса. Для самозанятых это оказывается преградой, — несмотря на доступ к тендеру.	4
За исключением некоторых специальностей (напр., специализированные коворкинги для индустрии красоты), самозанятым недоступен шеринг оборудования, которое необходимо только время от времени.	4
Как у предпринимателей у самозанятых возникают одни и те же вопросы, что формирует потребность в профессиональном консультировании по разным направлениям. Но, несмотря на то, что состав вопросов один и тот же, каждый самозанятый ищет такую консультацию самостоятельно.	4
Самозанятые, реализующие одинаковые товары и услуги, не могут сегодня сформировать общественное представительство.	4

2. Основные барьеры, с которыми сталкиваются самозанятые партнеры платформ в своей профессиональной деятельности (ч.2)

Типологические ответы:

«Мы — комары, а то и «токсичный клиент». Ни один нормальный инвестор — кроме тех, кого заставили, нагнули — с нами всерьез возиться не будет. Лизинг на оборудование, кредиты на сырье, оборотные — это всё не про нас. И банки тут нечего винить, у них свой бизнес. Нет у самозанятого гаранта, хэджера».

«Приходишь в муниципалитет за контрактом, посольство, да хоть в ГИБДД — давай справку 2 НДФЛ. А где её взять? Распечатка из приложения — кто просто отказывается, а кто и смеётся. Я, мол, таких на принтере сам сто нарисую... Нужна нормальная бумага с синей печатью, подтверждающая, например, не только сумму оборота, но и число сделок, число постоянных клиентов — чтобы была понятна устойчивость бизнеса».

«Вы когда-нибудь видели, чтобы двигатель один мастер перебирал? Да его не снимешь и не поставишь сам, без напарников. А кузов? Электрика? Подвеска? Авторемонт это труд бригады. И никто из нас не главный — просто работаем вместе. И врем вместе: один ремонт оформляем на одного, второй на следующего.... И так по кругу. Кому это нужно? Дайте право на артель, всем ведь выгодно».

«Мне два оверлока нужны. А фабрике — двадцать. Цена и понятно, разная, для меня и для фабрики. Но таких как я не десять, а сто. А покупает каждый сам по себе. А по сырью я вообще даже рассказывать не буду. Ткани, нитки, даже пуговицы. Продавцы говорят: закажи пять рулонов, привезём. Мне не нужно пять, а всем и двадцать мало. Но каждый сам по себе, вот продавец на нас и не смотрит».

2. Основные барьеры, с которыми сталкиваются самозанятые партнеры платформ в своей профессиональной деятельности (ч.2). Продолжение

Типологические ответы:

«Мне отправить [респондент называет производимый им товар] в тот же Узбекистан накладно. Нужно очень много бумаг оформлять. Если предприятие — оно один раз бумаги заполняет на тысячи изделий. Я на сто. Сравните нагрузку на каждое изделие. Приходится отдавать рынок, хотя покупатели обращаются, просят».

«Мне нужно проходить сертификацию на поддержку [респондент называет вид оборудования]... Компания, кто мог бы выдать сертификат, пишет — курс не меньше пятнадцати человек. Им иначе не выгодно. А где я сам найду ещё четырнадцать?...»

«Иногда нужно что-то раскроить на раскроечном станке. Нужно где-то раз в месяц, когда заготовка нестандартная. Покупать не выгодно, пусть меня на предприятие, где такой станок есть — кто же пустит, я их конкурент. И так у всех нас, кто с кожей для авто работает. В итоге идем на поклон [название предприятия — производителя кожаных элементов для автопрома]. Заказчик ждёт месяц или два».

«Вот мне сейчас тендерную документацию готовить. Предложений на рынке много, разобраться, кто дело делает, а кто просто по шаблону работает, не заботясь о моём выигрыше – как мне понять? Я в этой задаче в первый раз. Может, другого и не будет. Центры поддержки предпринимательства – это хорошо, но они не про это, у них только общие рекомендации. Они мой контракт вместо меня оформлять не будут».

17

3. Запрос к платформам в части услуг и возможностей для самозанятых, которые помогли бы преодолеть барьеры в работе (ч.1).

ТЕЗИСЫ	КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ
Платформы могли бы взять на себя часть функций банков — в любой допустимой законом правовой форме. Они лучше знают своих партнеров, у них больше инструментов контроля, они больше заинтересованы в расширении возможностей самозанятых постоянных партнеров платформ.	14
Необходимо законодательно определить форматы подтверждения платформами деятельности самозанятых — стаж, число клиентов, обороты, число выполненных заказов и пр. Документы от платформы, с которой самозанятый взаимодействует как постоянный партнер, должны быть приравнены к документам от предприятия.	11
Покупка в интересах конечного потребителя комплектующих, сырья, — всего, что необходимо для выполнения самозанятыми своих работ — должна быть узаконена платформенными инструментами.	11
Был бы очень полезен механизм получения через платформы единых сертифицирующих документов на товар или услугу, которые используют несколько участников сделок, их самозанятых партнеров.	10
Платформы могут выступать агентами внешнеторговой деятельности своих самозанятых постоянных партнеров.	8
При платформах можно создавать аналоги советских «машинно-тракторных станций» — центры шеринга оборудования.	8
Необходимо придание платформам свойств социальных сетей— в первую очередь, для тех, кто предоставляет родственные и связанные друг с другом услуги.	7

18

3. Запрос к платформам в части услуг и возможностей для самозанятых, которые помогли бы преодолеть барьеры в работе (ч.1). Продолжение

ТЕЗИСЫ	КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ
Сегодня платформы не предоставляют потребителю товаров и услуг возможности взаимодействия с коллективом самозанятых партнеров; это довольно просто организовать и это не противоречит регулированию	7
Крупные предприятия предпочли бы иметь один рамочный договор с агрегатором-платформой на массовое оказание той или иной услуги; в этом договоре платформа выступала бы стороной-агентом, а обязательства исполняли бы платформы.	7
У большинства общенациональных платформ есть региональные представительства, обладающие, в том числе, своей логистикой и пунктами приёма и выдачи. Было бы полезно использовать инфраструктуру платформ в интересах партнеров самозанятых, например, для гарантийного и постгарантийного обслуживания	5
Платформы могли бы развивать свой бизнес и в направлении соединения возможностей обучающих и сертифицирующих структур и самозанятых партнеров платформ как потребителей этих услуг	5
Обучающие и консультирующие функции самих платформ сегодня не развиты. Это не просто полезно для самозанятых партнеров; это могло бы стать ещё одним направлением бизнеса платформ.	4
При платформах можно формировать временные трудовые коллективы партнеров-самозанятых для участия в тендерах на муниципальные закупки, в которых платформа выступает участником тендера от имени коллектива самозанятых партнеров, а те, в свою очередь, берут на себя исполнение	4
Платформы — крупные рыночные игроки, к которым прислушивается законодатель. Самозанятые не имеют таких возможностей. Но платформы заинтересованы в комфортности работы самозанятых, и могли бы взять на себя задачу представительства их интересов.	3

3. Выявление принципиальных пробелов действующего законодательства как факторов, сдерживающих развитие режима самозанятости и постоянного партнерства на базе интернет-платформ в регионах России (ч.2)

Типологические ответы:

«Нужна возможность непосредственно от платформы получить давальческое сырье и оборудование. Даже деньги в этой ситуации на счёт не нужны. Кто лучше платформы, через которую я провожу все заказы, видит, куда, как и сколько у меня уходит сырья и зачем мне нужно это оборудование? Это даже не кредит, а вложение в меня — со всеми правами инвестора, вплоть до участия в управлении. Самозанятые партнеры к такому готовы».

«Кроме как платформам, некому пробить через законодателя «железные бумажки» — определённые и обязательные к приему справки об оборотах, доходах, числе заказов, постоянных клиентах. Такие, чтобы никто не мог сказать — а ты никто, твои справки ничего для нас не значат».

«Швея, если она самозанятая, не может продать клиенту ткань, из которой шьет платье. А вот ателье — может. Разумеется, сам клиент за тканью на оптовый склад не поедет. Возникает левая, никак не документированная сделка. И так на каждом заказе. Но при платформе может быть такой условный магазин, который по поручению исполнителя купит у оптовика и продаст заказчику ткань. Магазин со всеми разрешительными документами».

«Я смотрю по объявлениям в нашем разделе, нас там человек сто, и все при [озвучивается вид косметической услуги и препарат, который для этого используется]. При этом каждый получает документы и соответствия, и санитарные. Одинаковые, на одно и то же наименование — сто комплектов. Это вполне может делать платформа как наш куратор»/

3. Выявление принципиальных пробелов действующего законодательства как факторов, сдерживающих развитие режима самозанятости и постоянного партнерства на базе интернет-платформ в регионах России (ч.2)

Типологические ответы:

«Вот еще один бизнес для платформ, удобный и полезный для нас, да еще и прибыльный самой платформе: специализированные коворкинги для разных профессий. И не только массажисты там и тренеры по йоге, а и металлообработка, например. Предприятия сейчас загружены не то чтобы очень, станки простаивают. Каждому конкретно тот или иной станок нужен, может, раз в неделю. А всем на платформе — полная загрузка оборудования будет».

«У нас в регионе сразу несколько крупных агрохолдингов. У них много сезонной работы — погрузкаразгрузка, переработка, склад... Нужны сотни рук. Брать в штат — невыгодно, работа сезонная. Работать с самозанятыми напрямую — бумаг до небес во внутренней бухгалтерии. Платформа здесь была бы лучшим агентом».

«Я иногда сам не понимаю, почему этим никто [из платформ] не занимается. У тебя тут предложение в одном разделе — обучаю [называет вид деятельности], индивидуальные занятия и группа. Гибкий график. В соседнем разделе — несколько сотен, не шучу, тех, кто может заинтересоваться. И оба раздела как на разных планетах. Группа-то очевидно будет дешевле, только платформа никак не занимается, чтобы помочь группу собрать».

«Понимаю, может, это не первое, но тоже очень важно. Есть задача общаться своим, внутри профессии. Сеть такие возможности даёт, уже десятки групп и пабликов. Но вот понять, кто там кто, кто просто поговорить, а кто с утра до ночи работает на практике, невозможно. При этом все никнейм, анонимы. А на платформе обсуждение организовать негде. Было бы очень полезно и нужно».

CIAC/150!