

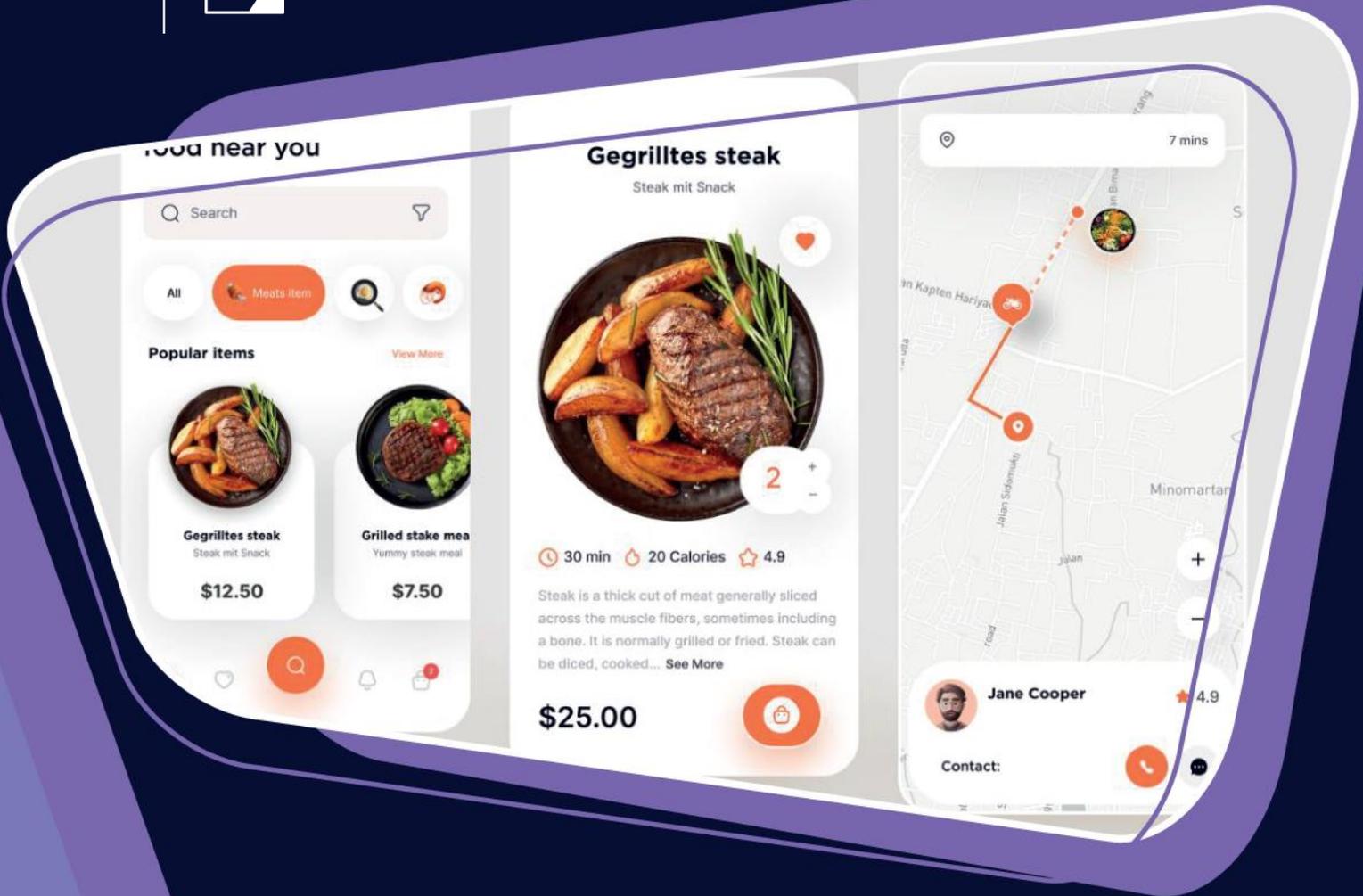
UNITER



2023

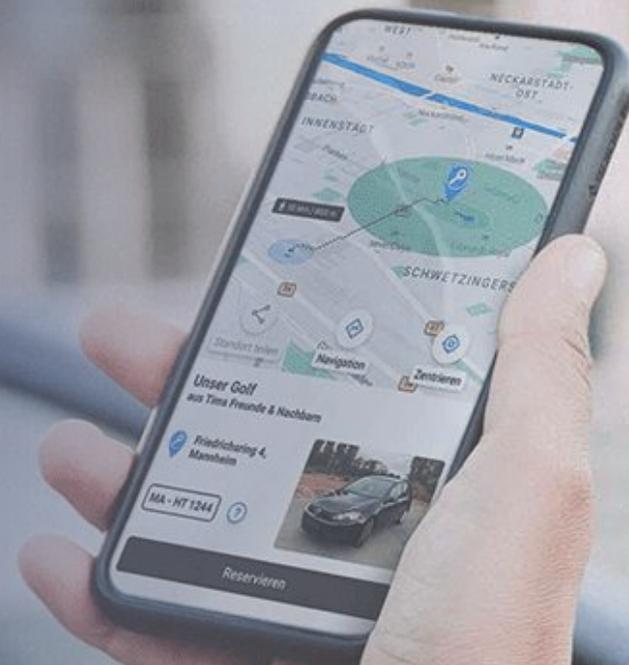
GIG

ECONOMY



# РАЗВИТИЕ НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ, ОСНОВАННОЙ НА ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЯХ.

Цифровые платформы сформировали новую модель / экосистему взаимоотношений потребителей и поставщиков услуг / работ / продуктов, а также работодателей и работников.



**Uber, Bolt, Яндекс и др.**

Платформы-агрегаторы перевозок пассажиров

**Яндекс.Еда, Delivio, Glovo**

Услуги доставки товаров, продуктов питания и грузов

**Fiverr, Профи.Ру и др.**

Платформы продажи услуг фрилансеров и временных работников

**Eleven, Яндекс Drive, Whoosh**

Сервисы краткосрочной аренды активов

**МАРКЕТПЛЕЙСЫ**

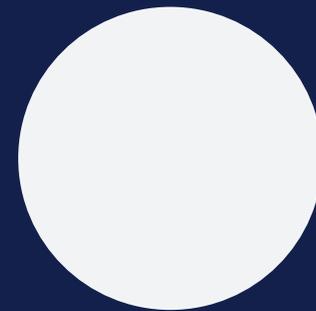
электронные площадки типа Alibaba, Amazon, Ozon, Яндекс, Онлайнер ...

**НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ  
ЦИФРОВЫЕ ПРОДУКТЫ И  
РЕШЕНИЯ**



## UBER FOR X

Выход на рынок Uber и рост его популярности создал новую бизнес-модель «Uber for X», которая означает любой стартап, созданный по модели Uber





## ГЛОБАЛЬНАЯ ЦИФРОВАЯ ИНДУСТРИЯ

Вместе с развитием электронных торговых площадок, в мире сегодня **формируется глобальная цифровая индустрия**. Свое развитие начинает в 2010 году, когда было запущено приложение Uber. **За последующие 10 лет индустрия охватила различные типы услуг** (доставка, продажа профессиональных и иных услуг и др.).

Развитие цифровой индустрии по модели Uber продолжается до сих пор и охватывает новые направления – продажа маркетинговых, образовательных услуг, доставка продуктов, товаров, сдача в аренду активов.

## ПОПУЛЯРНОСТЬ МОДЕЛИ

Популярность этой модели обусловлена **существенным снижением транзакционных издержек для всех участников сделки** (потребителей услуги / продукта и его поставщика):

- снижаются финансовые затраты на получение продукта / услуги – цифровые платформы помогают установить справедливую цену на продукт / услугу, учитывающую факторы спроса и предложения;
- увеличивается скорость сделки – платформы, работающие по модели Uber, предоставляют площадку, где потребители услуг / продуктов могут напрямую связаться с поставщиками, в условиях отсутствия таких платформ данный процесс занял бы намного больше времени;
- при этом обеспечивается необходимый уровень качества – так, системы обратной связи, предусмотренные цифровыми платформами, помогают в формировании доверия потребителя услуги к поставщику, в случае отсутствия таких инструментов поиск подходящего поставщика услуги / продукта предполагает слишком большие затраты для потребителя.

Платформа Uber Freight (позволяет автотранспортным компаниям, их водителям и отправителям грузов общаться напрямую)

2017

запуск первого беспилотного автомобиля Uber

2016

- открытие собственного исследовательского центра для разработки автомобилей с автономным управлением;
- UberBOAT в Стамбуле (переправа через Босфор на лодках).

2015

- UberX (внедрение автомобилей экономкласса);
- UberFRESH (доставка еды; сейчас - UberEATS);
- UberRush (велосипедная курьерская служба).

2012

UberCab и UberCab Driver (только автомобили представительского класса; сейчас Uber Black)

2010

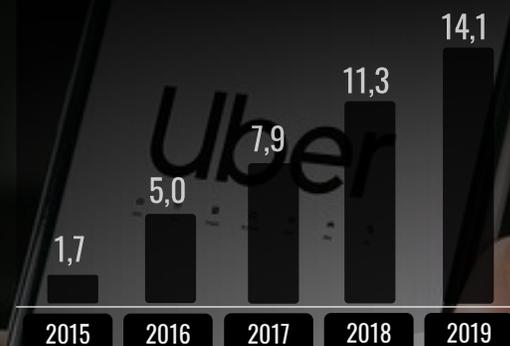
2009

основание компании

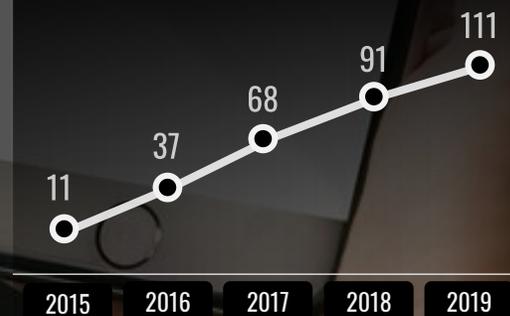
2018

приобретение сотен автомобилей, оборудованных для перевозки кресел-колясок

Выручка, млрд долл.



Число пользователей, млн



В настоящее время существует множество компаний, работающих по модели «Uber for X» в различных отраслях. Некоторые успешные примеры – сам Uber (выручка 11,4 млрд долл.), Amazon (выручка 113,1 млрд долл.), Airbnb (выручка 3,4 млрд долл.), Lyft (выручка 2,36 млрд долл.), Postmates (выручка 1 млрд долл.).

## Что означает модель «Uber for X»?

- 1 Клиент получает офлайн-услугу сразу же после ее заказа через мобильное приложение
- 2 После поступления новой заявки сторона, предоставляющая услуги, получает уведомление (пул поставщиков услуги)
- 3 Предполагается использование двух отдельных приложений или набора функций для клиентов и исполнителей

## Почему модель «Uber for X» стала популярной?

- 1 Простота и удобство получения и исполнения заказа
- 2 Существенное снижение транзакционных издержек – уменьшение времени и количества действий, которые необходимо осуществить для того, чтобы воспользоваться услугой, возможность прямой коммуникации между поставщиком и потребителем услуги
- 3 Скорость получения и исполнения заказа

## Где модель «Uber for X» получила наибольшее распространение?



### Доставка еды и продуктов

Выручка Glovo в 2020 г. – 360 млн евро



### Транспорт и логистика

Выручка Uber в 2020 г. – 11,4 млрд долл.



### Медицинские консультации

Выручка Doctor On Demand – 262 млн долл.



### Сдача и найм жилья

Выручка Airbnb в 2020 г. – 3,4 млрд долл.



### Косметические услуги



### Работа по дому



### Подбор одежды и стиля

Сервисы, подобные цифровым платформам-агрегаторам перевозок, не только являются драйвером дополнительной занятости людей, но и ведут к масштабированию такой модели на большое количество секторов экономики.



# НОВОЕ ЯВЛЕНИЕ мирового масштаба

## ЭКОНОМИКА ПЛАТФОРМЕННОЙ ЗАНЯТОСТИ

Она объединяет всё самозанятое население,  
использующее электронные платформы для  
поиска работы

## Экономика платформенной занятости представлена игроками (компаниями) в различных сферах деятельности

Те, кто предоставляет различные услуги

Uber, Yandex, Lyft, Deliveroo, и др.



Те, кто продают товары

eBay, Etsy и др.



Те, кто сдает в аренду активы

Airbnb, Getaround, Booking и др.



## В широком определении платформенная занятость охватывает широкий круг людей в различных сферах:

Участники различных маркетплейсов (продавцы)

Фрилансеры

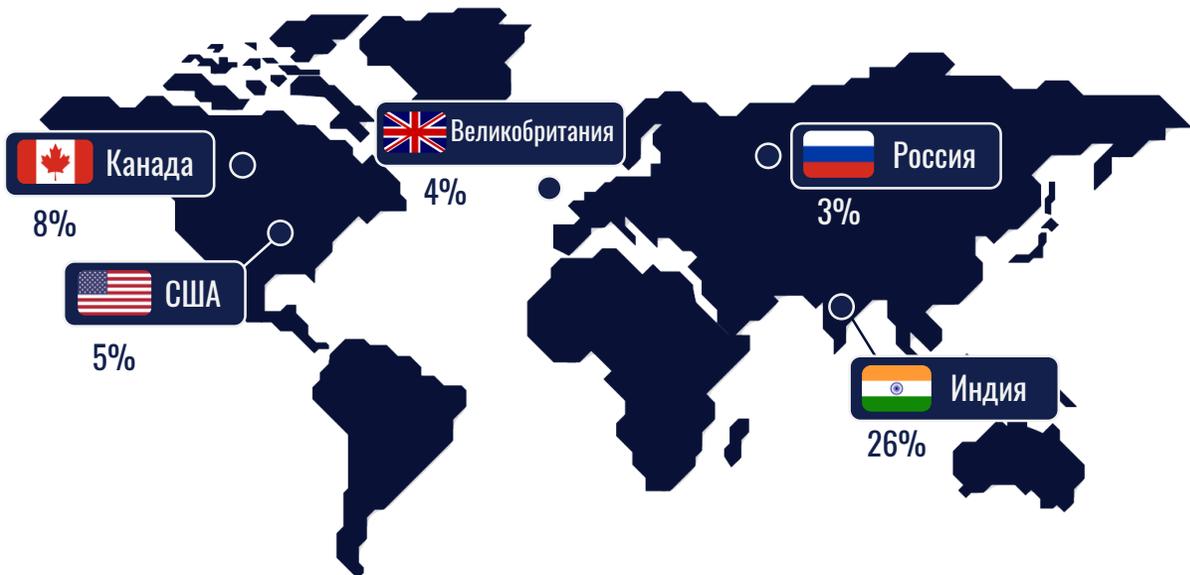
Независимые профессионалы в различных областях

Водители Uber / Lyft / Yandex и подобные, доставщики и др.

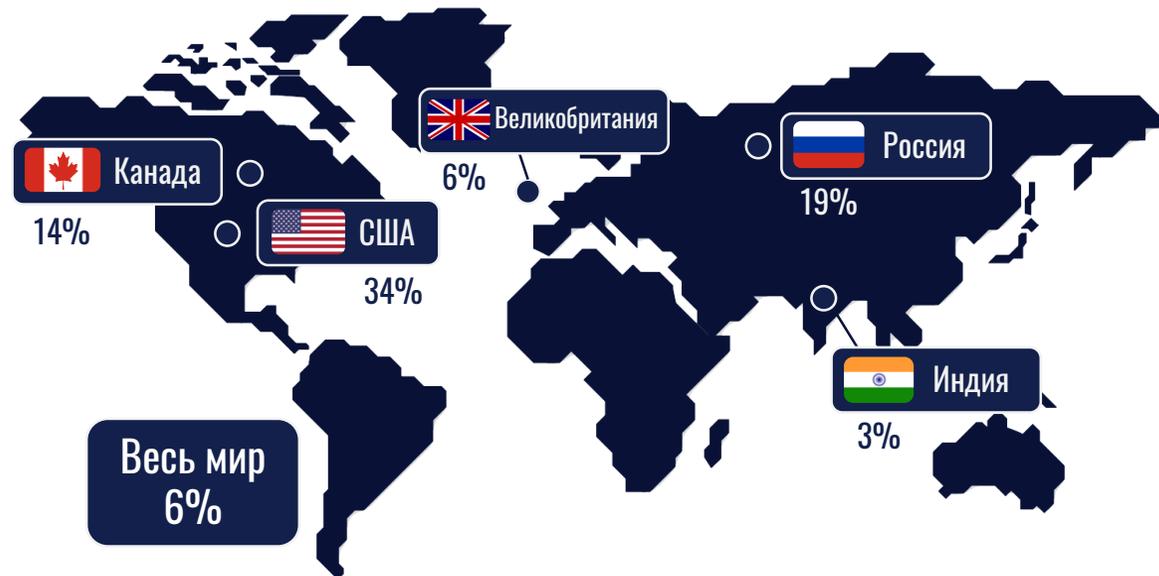
Временные наемные работники

Сезонные работники и многие др.

## Оценки доли экономики платформенной занятости в общем объеме экономики, % от ВВП



## Оценки доли занятых в экономике платформенной занятости, % от экономически активного населения



Диджитализация существенно изменит работу будущего. В числе 5 направлений, которые будут развиваться наиболее активно, - переход к быстрым контрактам и гибридному графику работы.\*



\* Источник: исследование Capgemini совместно с USAID «Работа будущего 2030»

# 248

млрд USD



# 14%



# 44%



# 15%



Объем рынка экономики  
свободного заработка в 2019

По оценкам к 2020 показатель  
должен был достичь около 300  
млрд долл.

14% участников экономики  
свободного заработка заняты в  
искусстве, сфере развлечений,  
дизайне, спорте и СМИ.

Еще 10% работают в продажах  
и связанных отраслях

44% участников экономики  
свободного заработка  
расценивают свою работу как  
основной источник дохода

15% фрилансеров пользуются  
цифровыми платформами для  
получения заработка  
(платформенная занятость)

Источник - Sbai, 2021

Источник - PYMNTS

Источник - Edison Research

Источник - McKinsey



### Причины, по которым работники выбирают фриланс

29%

гибкое расписание

28%

возможность заниматься любимым делом

26%

свобода выбора задач и работодателей

Источник – ADP Research Institute

### Доля фрилансеров в основных отраслях

75%

в сфере искусства и дизайна

55%

в сфере развлечений

52%

в строительстве

Источник – Upwork

### Предпочтения фрилансеров

64%

занятых полный рабочий день открыты для дополнительных подработок  
(Источник – Deloitte)

64%

временных работников занимаются работой, которую предпочитают  
Источник - Gallup

41%

временных работников отмечают, что были наняты благодаря их уникальным навыкам  
Источник - PYMNTS

### Использование цифровых платформ

до 10%

работников в развитых странах используют платформы для получения доп. доходов  
(Источник - BCG Henderson)

До 30%

работников в развивающихся странах используют платформы для получения доп. доходов  
Источник - BCG Henderson

70%

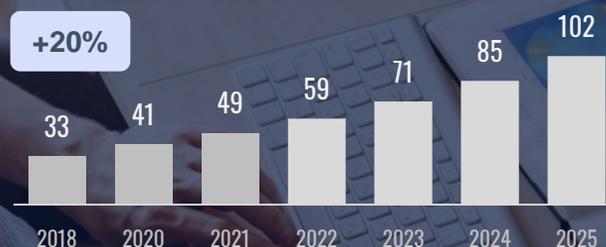
фрилансеров отмечают, что объем работы, который они получили посредством онлайн-платформ, увеличился в 2019 году  
Источник - Upwork

Россия в 2020 г. вошла в первую десятку стран по объему рынка фриланса. При этом, российский рынок отстает от глобального на 3-5 лет. Эксперты прогнозируют дальнейший рост рынка с 41 до 102 млрд долл. к 2025 г.

Число фрилансеров в России, млн чел.



Объем рынка фриланса в России, млрд долл.



Структура рынка российского фриланса и крупнейшие сайты по посещению



Источник – PWC: оценки и прогнозы специалистов компании на основании данных Национальной гильдии фрилансеров, I'Son&Partners, CNBC, а также интервью с экспертами крупных российских компаний

## Основные направления спроса на услуги фрилансеров



## Ключевые выводы по анализу и прогнозу российского рынка фриланса

- 50% спроса на фриланс формируют небольшие компании (с оборотом до 100 млн руб.)
- 13% активных россиян в возрасте старше 18 лет подтверждают, что у них есть дополнительные источники доходов, связанные с работой по запросу
- 54% опрошенных пользуются специализированными платформами для найма
- 43% опрошенных готовы платить фрилансерам больше, чем наемным работникам
- 1,1% прогнозная доля российского рынка фриланса в структуре глобального к 2025 году
- 40% глобальных компаний планируют увеличить число фрилансеров в работе
- 25% компаний планируют заместить фрилансерами до трети работников



## ЭКОНОМИКА ПЛАТФОРМЕННОЙ ЗАНЯТОСТИ ИГРАЕТ ВАЖНУЮ РОЛЬ



решение социального  
вопроса занятости



обеспечение  
реального роста ВВП



реализация экспортного потенциала  
бизнеса (особенно МСП)

Полноценное развитие этого сегмента экономики невозможно без создания условий для работы различных современных цифровых платформ, в число которых входят агрегаторы услуг перевозок, и маркетплейсов.

Поддержка развития современных электронных платформ способствует экономическому росту и, соответственно, росту налоговых поступлений

Развитие современных электронных платформ

Дополнительный заработок для населения

Навыки работы в цифровой среде

РОСТ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ

Потребительские расходы внутри страны

Выход на международные площадки по продаже товаров и услуг

Рост внутреннего рынка

Рост экспорта

Развитие местного бизнеса

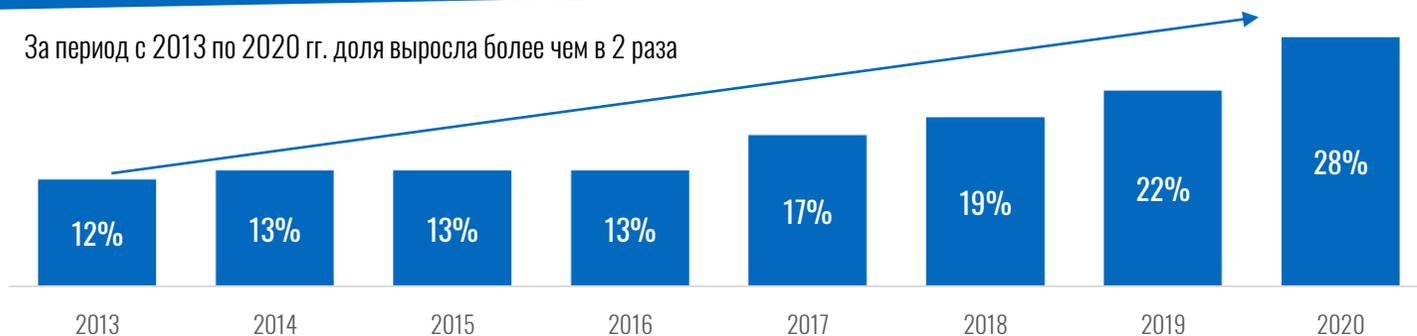
Рост доходов и потребительских расходов внутри страны

Рост ВВП

Современные электронные платформы способствуют экспорту (в значительной степени субъектов малого предпринимательства), создают значительное количество рабочих мест

## Доля участников экономики платформенной занятости США, продающих товары и услуги за пределами США

За период с 2013 по 2020 гг. доля выросла более чем в 2 раза



Примечание: продажи через платформы, маркетплейсы и аутсорсинг, Источник - Smallbizlabs

## Доля зарубежных продаж крупнейших маркетплейсов



Источник – Statista, Marketplacepulse

## КЕНИЯ

- более **5 млн человек** - самозанятые (порядка 20% всех занятых в экономике Кении);
- объем производимых товаров и услуг оценивается почти в **20 млрд долл.** (20% ВВП страны);
- примерно 1/3 самозанятых отмечают, что используют временные подработки, чтобы **иметь возможность найти работу**;
- более 20% самозанятых отмечают, что **не могут найти постоянную работу**;
- многие работники отмечают, что временные подработки являются их первым местом работы.

Источник – Mastercard - A gateway to the financial mainstream

## ИНДИЯ

- в несельскохозяйственном секторе экономики занято **8 млн временных работников** (2% от всех занятых в экономике), существует потенциал создания до 90 млн временных рабочих мест, которые смогут обеспечивать до 1,25% ВВП;
- только 4 крупнейших сектора экономики – строительство, промышленность, розничная торговля и логистика - потенциально могут дополнительно создать более 70 млн временных работ.

Источник – BCG – Unlocking the potential of the gig economy in India

## МАЛАЙЗИЯ

- согласно данным Всемирного банка, порядка **25% рабочей силы Малайзии** (4 млн человек) являются самозанятыми;
- в июне 2020 г. правительство объявило, что выделяет 75 млн ринггитов (**18 млн долл.**) с целью продвижения экономики платформенной занятости и государственной социальной поддержки работников неофициального сектора. В частности, 50 млн ринггитов (12 млн долл.) были направлены на развитие платформ, которые вносят вклад в систему социального обеспечения и пенсионный фонд, в то время как 25 млн ринггитов (6 млн долл.) были предоставлены Малазийской корпорации цифровой экономики на программу, направленную на обучение фрилансеров.

Источники – DOSM, Aisling

Беларусь не остается в стороне от протекающих в мире процессов и может получить все социальные и экономические выгоды, связанные с развитием электронных платформ.

При этом важно обеспечить, чтобы эти выгоды включали также прозрачность работы платформ с точки зрения налогов, качества торгуемых услуг и товаров, защиты прав потребителей в части безопасности.



Высокая степень проникновения Интернета в стране (в 2021 году около 73% населения использовали Интернетом ежедневно), стремительный рост сектора ИКТ (за последние 10 лет доля ИКТ в ВВП увеличилась в 3 раза до 8,7%); скачок в развитии собственного сектора ИКТ (за 5 лет объем производства услуг увеличился в 1,9 раза до 5,5 млрд долл. США) создали широкую базу быстрого развития платформенной занятости и проектов модели UBER X.



- Всего через 5 лет (в марте 2015 года) после запуска платформы UBER в США, компания пришла в Беларусь, и с этого момента сервисы платформенной занятости начали развиваться в Беларуси (в первую очередь в Минске).
- Уже в 2016 году белорусская компания запускает первый проект - каршеринг Drivetime.
- В 2019 году активно начал развиваться шеринг самокатов и велосипедов.
- В 2021 году на рынок пришла крупнейшая компания региона по доставке еды и мелких грузов курьерами Yandex.
- За первые 20 дней после ввода института самозанятых (новая редакция Налогового Кодекса 2023 года) было зарегистрировано 15,5 тыс. человек.

### Платформы-агрегаторы перевозок пассажиров



### Сервисы краткосрочной аренды активов



anytime везуха

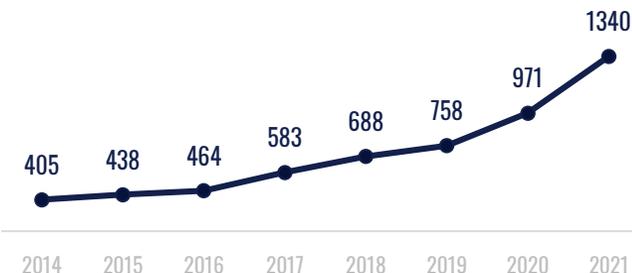
 **1340**  
млн USD

Объем интернет-торговли в Беларуси в 2021 году

 **>60**  
тыс. чел

Число участников платформенной занятости

Объем интернет-торговли в Беларуси, млн долл.



### Услуги доставки товаров, продуктов питания и грузов



### Маркетплейсы





## РОМАН ОСИПОВ

Управляющий партнер, директор

[osipov@uniter.by](mailto:osipov@uniter.by)

UNITER



## Инвестиционная компания ЮНИТЕР

Финансовый и инвестиционный консультант

[uniter.by](http://uniter.by) | [uniter@uniter.by](mailto:uniter@uniter.by)

## ЕЛЕНА МИНИЧ

Глава департамента исследований и аналитики

[e.minich@uniter.by](mailto:e.minich@uniter.by)

## МАКСИМ КОХОВ

Заместитель директора

[kokhov@uniter.by](mailto:kokhov@uniter.by)

## ИВАН ОСИПОВ

Глава маркетинговой и информационной политики

[i.osipov@uniter.by](mailto:i.osipov@uniter.by)