

А.Н. Покида, канд. социол. наук,
директор Научно-исследовательского центра
социально-политического мониторинга
Института общественных наук Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ
(e-mail: pokida@rambler.ru)

ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К САМОЗАНЯТЫМ¹

Значительное количество самозанятых, их профессиональная деятельность, в том числе без официального оформления, не могут существовать без широкой поддержки населения. В целом, по данным социологического опроса, 88,8% занятых граждан положительно относятся к деятельности людей, занимающихся самостоятельной занятостью, т.е. работой по частным заказам независимо от ее официального или неофициального оформления (рисунок 1).

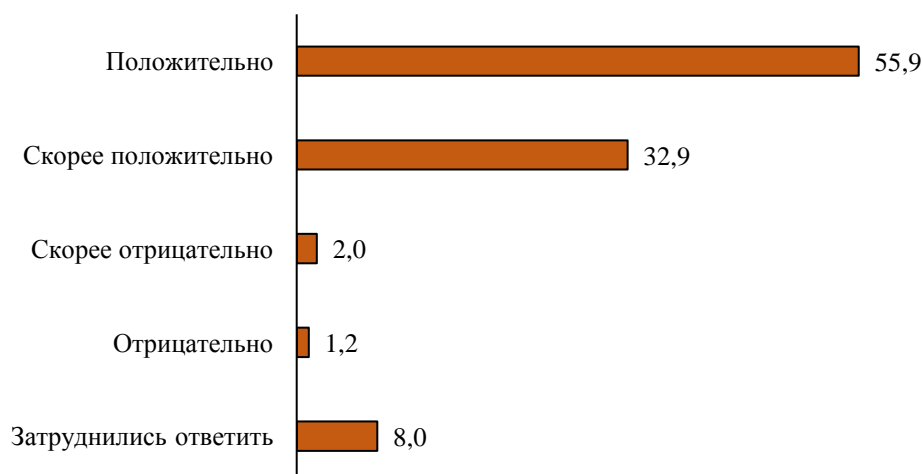


Рисунок 1 - Отношение населения к самозанятым (в % от общего количества опрошенных)

Такие высокие положительные оценки со стороны населения позволяют говорить о наличии предпосылок развития самостоятельной занятости на российском рынке труда в ближайшей перспективе. По мнению большинства занятого населения (76,4%) самозанятость как форму экономической деятельности необходимо развивать. О запрете или ограничении данной формы занятости высказались только 6,2% опрошенных. Остальные респонденты затруднились с выбором ответа.

¹ Социологический опрос проведен Научно-исследовательским Центром социально-политического мониторинга ИОН РАНХиГС с 15 по 23 мая 2019 года. Опрошены 1215 человек занятого населения в возрасте 18 лет и старше в 27 субъектах Российской Федерации по выборке, репрезентирующей работников основных видов экономической деятельности, занятых на предприятиях различных форм собственности, а также основные социально-демографические характеристики. Опрос проводился методом личного интервью («face to face») по месту работы или жительства респондентов. Данные опроса представлены в сравнении с результатами исследований, проведенных Центром ранее по сопоставимой методике.

В рамках данного исследования масштабы распространенности неофициального рынка товаров и услуг, объема его денежного оборота выявлялись с позиции потребителей данных услуг или работ. Респондентам были предложены для оценки 11 услуг (работ), за которыми они обращались в течение одного календарного месяца, предшествующего опросу, и производили оплату неофициально «из рук в руки». В исследованиях 2013, 2016 и 2019 гг. в качестве временного интервала выступал месяц апрель.

Итоговые результаты по востребованности у потребителей тех или иных работ или услуг, оказываемых самостоятельно занятыми гражданами неофициально, в сопоставлении с данными опроса, полученными ранее, представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Распространенность получения потребителями следующих работ или услуг неофициально в течение одного календарного месяца (в % от общего количества опрошенных)²

| Виды работ и услуг | Доля респондентов, оплачивающих работы или услуги неофициально | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 2001 г. | 2003 г. | 2004 г. | 2006 г. | 2013 г. | 2016 г. | 2019 г. |
| Ремонт квартиры, сантехники и др. | 15,8 | 17,3 | 15,6 | 17,5 | 11,4 | 9,4 | 9,0 |
| Ремонт бытовой и компьютерной техники | 12,5 | 12,9 | 8,9 | 7,7 | 6,3 | 6,3 | 7,1 |
| Пошив и ремонт одежды, ремонт обуви | 19,9 | 19,5 | 15,8 | 17,1 | 10,9 | 11,0 | 9,5 |
| Уход за детьми или престарелыми членами семьи | 3,1 | 3,1 | 5,5 | 4,1 | 4,2 | 3,7 | 3,0 |
| Приобретение стройматериалов и строительные работы | 10,5 | 11,0 | 7,8 | 9,3 | 6,5 | 5,5 | 5,1 |
| Медицинские услуги (массаж, лечение и др.) | 17,2 | 17,3 | 20,4 | 20,1 | 12,3 | 13,8 | 11,9 |
| Услуги автосервиса | 10,9 | 13,7 | 10,4 | 13,9 | 15,3 | 11,4 | 10,3 |
| Услуги частного извоза | - | - | - | - | 16,6 | 14,9 | 12,3 |
| Услуги в области образования (репетиторство и др.) | 10,5 | 8,2 | 9,8 | 10,4 | 4,6 | 5,7 | 6,0 |
| Услуги по уборке жилых помещений, ведению домашнего хозяйства | - | - | - | - | - | - | 1,7 |
| Аренда жилья (гаражей, иных помещений) | - | - | - | - | - | - | 5,2 |
| Другое | 1,9 | 0,7 | 1,5 | - | 0,9 | 1,2 | 2,6 |

² В опросах 2001-2016 гг. оценка производилась также на основании одного календарного месяца, предшествующего опросу.

Результаты опроса показывают, что наиболее востребованными среди потребителей являются работы по эксплуатации и ремонту автотранспортных средств, пошиву и ремонту одежды и обуви, ремонту квартир, сантехники, а также предоставление медицинских услуг. Каждой из данных услуг (работ) в течение одного календарного месяца воспользовались примерно 10% или чуть более граждан.

Динамика ответов респондентов о распространенности получения ряда работ или услуг, предоставляемых неофициально, минуя кассу, самозанятыми, демонстрирует, что в последние годы наблюдается снижение доли граждан, воспользовавшихся такими услугами (работами). Причем данные тенденции отмечаются по большинству приведенных работ или услуг за исключением предоставления репетиторских услуг.

Между тем агрегированные данные о количестве потребителей, пользующихся услугами неофициального рынка товаров, работ или услуг, демонстрируют нам отсутствие существенного изменения в общей их доле (рисунок 2).

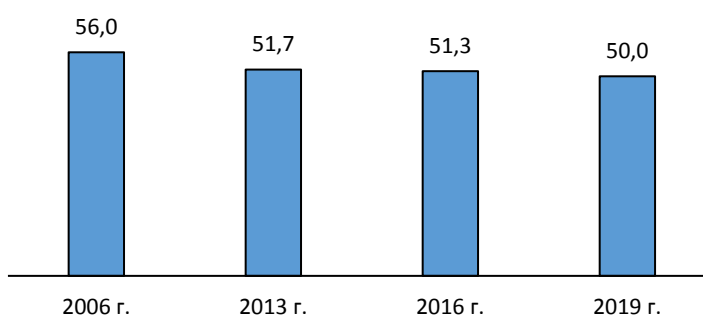


Рисунок 2 - Доля граждан, которые оплачивали различные работы или услуги неофициально в течение одного календарного месяца (в % от общего количества опрошенных)

В этой связи можно отметить следующий факт: при сохранении общего числа потребителей «теневого» рынка товаров и услуг наблюдается снижение интенсивности (активности) их потребления. В частности, если в 2006 г. граждане оплачивали «из рук в руки» условно 2,2 услуги или работы в течение календарного месяца, то в 2013 г. уже 1,9, в 2016 г. – 1,7, а в текущем 2019 г. – 1,6.

Кроме того, можно также отметить снижение ежемесячных расходов домохозяйства на оплату рассматриваемых услуг или работ, предоставляемых самозанятыми неофициально, по большинству приведённых видов работ или услуг (таблица 2).

Так, если в 2013 г. отдельное домохозяйство в среднем тратило 7,4 тыс. рублей на услуги или работы, предоставляемые самозанятыми неофициально, то в 2016 г. такие расходы составили 6,1 тыс. рублей, а в 2019 г. только 4,8 тыс. рублей (без учета услуги по аренде жилья и уборке жилых помещений (ведению домашнего хозяйства). Это при том, что ежегодно стоимость аналогичных услуг имеет тенденцию скорее к росту, чем к

падению. В этой связи можно отметить, что данное существенное снижение общих расходов обусловлено не только и не столько снижением количества обращающихся за данными услугами, предоставляемыми самозанятыми неофициально, а в большей степени снижением средних расходов по ряду обращений. Например, средние расходы домохозяйства, оплачиваемые неофициально самозанятым за ремонт квартиры, сантехники упали с 27,9 тыс. рублей в 2016 г. до 15,1 тыс. рублей в 2019 г. при неизменной доле обращений потребителей за ними в течение одного месяца, равной 9,4% и 9,0% соответственно. Аналогично снизились расходы на предоставление услуг в области образования (репетиторство и др.): с 5,9 тыс. рублей до 4,1 тыс. рублей соответственно (при доле обращений за ними 5,7% и 6,0%). Средние затраты потребителей по остальным работам или услугам остались на уровне 3-летней давности или незначительно подросли.

В какой-то мере распространённость «теневого» рынка товаров и услуг, предоставляемых самозанятыми, поясняют следующие данные, полученные в ходе социологического опроса. Так, среди потребителей только 8,1% беспокоит тот факт, что за полученные услуги они произвели оплату из рук в руки, минуя кассу. Подавляющая же часть потребителей в составе 87,5% придерживается противоположной позиции: их не беспокоит то, что они оплачивают услуги без получения чеков или иных документальных подтверждений (рисунок 3).

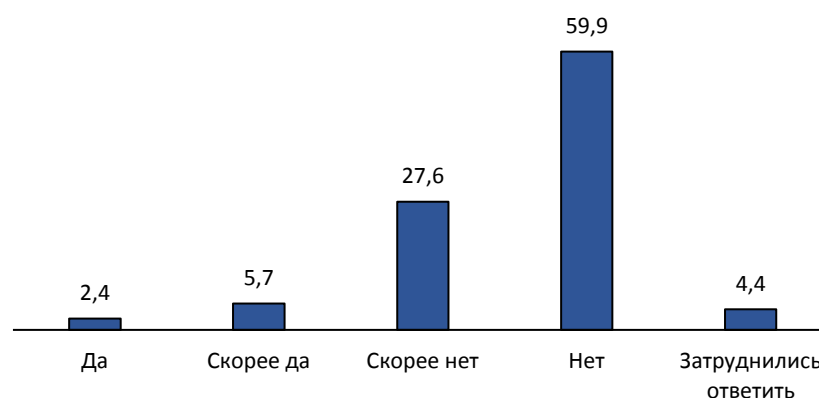


Рисунок 3 - Доля граждан, которых беспокоит/не беспокоит факт оплаты за полученные услуги из рук в руки, минуя кассу (в% от количества респондентов, которые в течение апреля 2019 года оплачивали услуги или работы самозанятых)

Зачастую вышеприведённые услуги и работы оказываются самозанятыми неофициально на условиях устной договорённости по знакомству или по рекомендациям заказчиков (потребителей).

Распределение основных причин использования труда самозанятых потребителями представлены на рисунке 4.



Рисунок 4 - Основные причины привлекательности услуг или работ, предоставляемых самозанятыми с оплатой из рук в руки, минуя кассу (в % от количества граждан, воспользовавшихся такими услугами и работами в течение апреля 2019 г.)

Отсутствие беспокойства относительно фактов оплаты за полученные услуги из рук в руки, минуя кассу, не говорит о том, что потребители товаров и услуг заинтересованы исключительно в получении услуг или работ в таком порядке. Многие из них просто не имеют альтернативных вариантов, а данные услуги (товары) всегда «под рукой» или в шаговой доступности.

Результаты опроса показывают, что основной фактор, определяющий количество потребителей «теневого» рынка товаров и услуг – уровень материального положения: чем он выше, тем больше включенность потребителей в данный процесс. При этом данный вывод справедлив не только по отношению к «теневой» сфере предоставления услуг, но и для всего рынка товаров, работ или услуг, предоставляемых как самозанятыми, так и организациями.