

RAD HRVATSKA TEMA

Uber za čišćenje



Foto: Pixabay (ilustracija)

DUNJA KUČINAC / 25.11.2021.

Nakon taksi prijevoza i dostave hrane, platforme su se bacile i na outsorsanje raznih vrsta kućanskih poslova – od čišćenja, reorganizacije ormara, slaganja namještaja iz Ikee do šetanja psa. Iako je ponuda zasad u zemljama regije slabija, 2015. se pojavila slovenska platforma Beeping, koja posluje i u Hrvatskoj od 2017., a funkcionira kao posrednik između čistača/ica i kupaca. Dunja Kučinac pokušala je doći do informacija o uvjetima rada čistača/ica na ovoj platformi, takozvanih Beepera, kroz službene podatke i razgovor s anonimnim “Beeperom”.

O platformskom radu do ove se godine kod nas malo javno govorilo i pisalo – osim buna domaćih taksista prije legalizacije “slučaja Uber” posljednjim Zakonom o prijevozu u cestovnom prometu, u medijima smo pratili uglavnom entuzijastične vijesti o platformama kao vjesnicima digitalne inovacije u polju dostave i taksija. Ove je godine priča napokon dobila još slojeva: sve više se spominje iznimno prekaran, nezaštićen i dereguliran rad na kojem počiva ova navodna tržišna revolucija. Organizirane su dvije prosvjedne akcije taksista **protiv rušenja cijene rada** i neisplate plaće, najavljena je regulacija kroz novi Zakon o radu, a **osnovan je i Sindikat radnika digitalnih platformi**. No reflektoru koji je uperen na Wolt, Bolt, Uber i Glovo za sad je promaknula platforma Beeping koja se godinama probija na drugom, znatno nevidljivijem tržištu, onome čišćenja stanova i poslovnih prostora.

Riječ je o slovenskoj platformi koju je u kolovozu 2015. osnovala tvrtka Next, a sredinom 2017. je počela poslovati i u Hrvatskoj, točnije u Zagrebu. Iako među prijateljima i poznanicima gotov nitko nije ni čuo za ovu platformu – možda zato što kao uglavnom prekarni radnici i podstanari ne predstavljaju ciljane korisnike Beepinga – iz Beepinga mi na službeni upit javljaju da bilježe kontinuiran i stabilan rast. Mada podaci sa stranice FinInfo kažu da je hrvatski Beeping Web d.o.o 2020. godinu završio u milijunskom gubitku i sa samo jednim zaposlenim, štura medijska slika podupire priču o rastu. U Sloveniji su 2018. proglašeni **startu-upom godine** (uspjeli su, kažu “izgraditi lokalno prepoznatljiv brend uz minimalna financijska ulaganja”), a proljetos smo mogli čitati o širenju poslovanja u Madrid te planiranom jačanju postojećih tržišta i čišćenju apartmana na hrvatskoj obali. To im je za sad uspjelo samo u Rijeci u kojoj su, kako mi kažu, ljetos omogućili korištenje svojih “standardnih paketa“. Upravo standardne pakete redovnog održavanja kućanstva koristi najveći dio njihovih korisnika, ali njihov broj od Beepinga nisam uspjela saznati. Ako i vi, kao i moji prijatelji, još niste među njima, možda će do vas doći putem nešto popularnije platforme za koju ste sigurno čuli – Beeping od prije par dana, naime, nudi svoje usluge i putem Wolta.

Poslovna formula

Što je to Beeping donio na tržište čišćenja stambenih i poslovnih prostora? Najavljen je kao “Uber za čišćenje“ koji nudi “najlakši način naručivanja profesionalnih čistača“ i omogućuje da “u minuti imate čist dom i slobodno popodne“. Osim od nevolja kućanskog rada, Beeping svoje korisnike, kaže, želi **spasiti** i od crnog tržišta koje dominira sektorom čišćenja. Čišćenje možete naručiti pomoću par klikova na njihovom webu, a cijenu vam neće zaračunati “po vremenu” kako to obično računaju čistačice koje rade na crno, nego po kvadraturi, pa nećete morati brinuti je li vam netko zaračunao i ono vrijeme tijekom kojeg je zabašavao. Nude, dakle, kako kažu, bržu, sigurniju i jednostavniju uslugu od “klasičnog” čišćenja na crno.

Poslovna formula te usluge identična je onoj koju koriste dostavljačke i taksi platforme. Baš kao što Uber ističe da se ne bavi taksi prijevozom niti zapošljava vozače nego “razvija tehnologiju koja povezuje vozače i korisnike”, tako i Beeping naglašava da “nije servis za čišćenje niti poslodavac“ nego “digitalna platforma koja povezuje provjerene čistače s kućanstvima”. Čistači se, dakle, u Beepingu ne mogu zaposliti. Mogu otvoriti vlastiti obrt ili firmu i tako postati Beepingovi “partneri” ili raditi preko neke druge, posredničke firme. Broj firmi i posrednika s kojima surađuju iz Beepinga mi nisu otkrili, a u grupama na društvenim mrežama u kojima se okupljaju platformski radnici i cirkuliraju ponude posrednika (“agregatora”) pronašla sam svega jedan takav oglas za posao čišćenja, tako da vjerujem da je riječ o tržištu koje tek raste. Osim riješenog formalno-pravnog statusa, odnosno vlastitog obrta ili zaposlenja preko posrednika, budućem Beeperu, kako platforma naziva čistače i čistačice, potrebni su samo osobna iskaznica i uvjerenje o nekažnjavanju.

Kako bi kupce uvjerali u njihovu pouzdanost, Beeping obećava provjeru svakog Beepera kroz razgovor, edukaciju o čišćenju i povremenu “praktičnu” provjeru u formi “tajnog kupca”, a kao dodatnu mjeru navode i osiguranje od financijske štete te povratne informacije koje svaki kupac daje nakon čišćenja. Odnosno, baš kao i na drugim platformama, Beepingu korisnici ocjenjuju radnike nakon obavljenog posla. Ta ocjena, kažu mi iz Beepinga, ne limitira njihove čistače u dolasku do posla – mogu birati kada će raditi, odnosno koju će narudžbu za čišćenje prihvatiti, baš kao što mogu birati kvartove u kojima će raditi. Provizija koju Beeping uzima od cijene čišćenja kreće se između 16 i 25%, ovisno o trajanju ugovorne obaveze i frekvencije čišćenja koje je ugovorio kupac, a čistačima osiguravaju svu potrebnu opremu za čišćenje, što potvrđuje i radnik s kojim sam razgovarala. Koliku proviziju uz to uzimaju posredničke firme nisam uspjela saznati, jer osoba s kojom sam razgovarala, mada radi preko posrednika, nije bila sigurna u tu informaciju niti mi je otkrila detalje tog radnog odnosa. Tko su dakle, domaći “igrači” na posredničkom tržištu platformskog čišćenja, i koliko se njihovo posredovanje razlikuje ili je slično agregatorima u polju dostave i taksija, tema je koju tek treba zagrebat.

Šljakerska revolucija

Radnik s kojim sam razgovarala, kaže, nije htio otvoriti vlastitu firmu jer zbog privatnih obaveza nije mogao biti posvećen samo tom poslu. U drugim servisima u kojima je pokušao naći posao nije bilo takve fleksibilnosti, a najčešće se očekivao i rad vikendom. Neki ljudi, kaže, posao čišćenja rade uz svoje redovne poslove kako bi pokrpali budžete. U par godina koliko radi preko Beepinga je, govori, uvijek bilo dovoljno posla, a osim privatnih stanova čisti i uredske prostore. Za Beeping ima mahom riječi hvale – redovno plaćaju i odnose se dobro prema čistačima i čistačicama, što se danas ne sreće tako često. Za razliku od platformi u drugim poljima, u kojima nepravedna ocjena kupca dostavljaču ili taksistu ruši rejting i otežava mu borbu s algoritmom u dolasku do idućih poslova, moj mi sugovornik kaže da je Beeping do sada imao razumijevanja ukoliko bi čistač naletio na nezgodnog klijenta.

Upravo su iskustva s različitim kupcima koji naručuju čišćenje najveći izazov u poslu. “Nitko me nikada nije direktno uvrijedio, ali u nečijem stavu vidite kako gleda na vas. To znate čim osoba otvori vrata – netko vas ljudski pozdravi, a netko na vas gleda kao na nižu klasu. I to me na ljudskoj razini vrijeđa. Ispočetka mi je to sve bilo novo i bilo mi je neugodno doći u nečiji stan jer nisam imao prethodnog iskustva u poslu. Diralo me ako bi me netko ružno gledao, a sada me više ne zanima. Znam pomisliti da bi možda tim ljudima koji me gledaju svisoka trebalo biti neugodno.” Neki klijenti, kaže, očekuju da se stan koji nije čišćen godinu dana u par sati dovede do savršenstva. Neki ne pročitaju Beepingove uvjete poslovanja pa ne znaju što sve ulazi u paket koji su naručili i platili. Upravo sam na takva nezadovoljstva korisnika naišla i na društvenim mrežama. “Ako osoba nije pročitala da u osnovni paket ne ulazi čišćenje hladnjaka ili balkona i vi to nećete napraviti, odmah ste joj se zamjerali. Ako mi je netko jako simpatičan, znam napraviti i ono što ne ulazi u moj posao. Nekad bi htio taj ustupak

napraviti i onima koji me loše tretiraju samo da im pokažem koliko je bitno biti čovjek, ali nisam to još u sebi pobijedio.“ Neki kupci, prema mom sugovorniku, kažu da su zadovoljni, a poslije daju lošu ocjenu i napišu kritiku. “Kad sam gotov, uvijek im kažem da pogledaju stan i kažu treba li još nešto napraviti, ako to ulazi u paket koji je naručio. Desi se da kažu da je sve sjajno, a kasnije kad vidim lošu ocjenu pitam se je li to ista osoba. Na svu sreću, pošto dugo radim, Beeping zna kako obavljam posao i neće me prozivati, a mogu i odbiti doći opet kod takvog klijenta. Većina njih je zadovoljna i zahvaljuje mi na poslu.“ Podcjenjivanje na koje nekada zna naići, kaže, nažalost ga ne čudi previše. I njegovi bližnji su, kad je počeo s čišćenjem bili iznenađeni: “*Rekli su mi, kaj buš ti sad čistio? Ljudi moji, kako smo mi oholi. Hvalimo se ako znamo kojekakve poznate i slavne, ali nitko neće reći – evo, ja poznam čovjeka koji radi u kanalizaciji ili čisti – a da nema tih ljudi, mi bismo doslovno živjeli u govnama. Baš bi njih trebalo uzdizati.*“ Prezir prema “običnim šljakerima”, na čijem radu počiva i platformska “revolucija”, očigledno, ni jedna aplikacija ne može samo tako promijeniti, ma koliko bila atraktivna ljubiteljima digitalnih inovacija.

Primjeri iz inozemstva

Iako je Beeping jedina platforma u polju čišćenja i rada u kući u Hrvatskoj za sad, u svijetu one nisu nikakva novost, mada je riječ o znatno manjem tržištu od dostave i taksi prijevoza. Jedna od najpoznatijih takvih platformi je TaskRabbit koji trenutno posluje diljem SAD-a, Kanade, UK-a i nekoliko zemalja EU, a koji osim čišćenja omogućuje autsorsing najrazličitijih tipova kućanskih poslova: od pomoći pri selidbi, reorganizacije ormara, slaganja namještaja iz Ikee do šetanja psa. Ideja o platformi preko koje će se prodavati usluge pomoći u kući sinula je njenoj osnivačici Leah Busque u veljači 2008. kada joj je u kući ponestalo hrane za psa i pomislila je kako bi bilo sjajno da može pronaći online nekoga tko živi blizu i platiti mu da ode u dućan umjesto nje. Baš kao i u slučaju drugih platformi, recimo američkog Lyfta koji se svojedobno reklamirao kao “tvoj prijatelj s autom”, Glova koji kaže da mu je osnovni cilj “učiniti stvari dostupnijima” ili Wolta koji “čini gradove boljim mjestima za život”, imidž TaskRabbita zavijen je u fraze dijeljenja, zajedničke dobrobiti i međusobne pomoći. Cilj platforme, kažu, jest “približiti susjede jedne drugima” i pomoći “izgradnji zajednice”. No **pisalo se** već o tome da TaskRabbit, baš kao slične platforme za taksi vožnju i dostavu, iza šifre “susjedske pomoći” skriva težak i prekaran rad: na “Taskere” se vrši pritisak da (u što bržem roku) prihvaćaju ponudene poslove (i upozorava ih se da će biti isključeni ukoliko su dugo odsutni s aplikacije), sistem ocjenjivanja radnika_ ca je često nepravedan, a algoritam neumoljiv te nema nikakvog jamstva hoće li i kada stići idući posao.

Mada su neki sindikati progovarali o radu preko platformi za čišćenje, primjerice UniGlobal o **tretmanu** radnika koji rade preko platforme Handy, istraživanja i mediji govore da je pokušaja organiziranja u sektoru čišćenja i pomoći u kući do sada bilo znatno manje nego u sektoru dostave i taksi vožnje. No, zanimljivo je da je upravo u sektoru čišćenja sklopljen prvi kolektivni ugovor u polju platformskog rada. Riječ je o ugovoru između danske platforme za Hilfr i najvećeg danskog sindikata 3F, koji je

potpisan u travnju 2018. godine. Čistačima Hilfra, kojih je oko 200 i među kojima su u uglavnom mladi i migrantski radnici, kolektivni ugovor je omogućio da frilenserski status zamijene regularnim zaposlenjem i tako dobiju veće plaće i bolje radne uvjete, osiguranje i druga prava.

Među stranim primjerima zanimljiva je i platforma za čišćenje “Up&Go” iz New Yorka, koja je pokrenuta u svibnju 2017. godine uz pomoć zaklade za borbu protiv siromašta Robin Hood, a funkcionira kao platformska kooperativa. Čistači i čistačice Up&Go-a, među kojima je najviše žena migrantkinja iz Latinske Amerike, su i vlasnice firme. Odluke o poslovanju donose zajednički na mjesečnim sastancima, sami definiraju svoje radne uvjete i plaću, nemaju sistem ocjenjivanja i rangiranja radnika poput drugih platformi. Up&Go, kako kažu, ne ruši umjetno cijene čišćenja poput sličnih platformi koje kroz razne “bonuse“ i poklone privlače kupce i na taj način, baš kao i Uber, same subvencioniraju vlastito grabljenje tržišta. Ovakvo demokratičnije i transparentnije poslovanje čistačima i čistačicama Up&Go-a omogućuje znatno **bolju zaradu** nego što ju imaju radnici drugih platformi, jer samo oko 5% cijene koju plaća kupac Up&Go-a odlazi na redovne, hladnopogonske troškove firme, dok ostatak čini direktnu zaradu čistača, za razliku od drugih platformi i agencija za čišćenje, u čijem poslovanju velik dio novca odlazi platformama i vanjskim investitorima.

Sa stranim primjerima na umu, vraćamo se u lokalni kontekst. Radničko zadovoljstvo Beepingom svakako je dobra vijest i mogu se samo nadati da nije riječ o usamljenom *beeperskom* iskustvu. Činjenica da Beeping daje određenu sigurnost svojim radnicima ne čudi ako imamo na umu da je platforma ušla na tržište kojim dominira iznimno prekaran i potplaćen, najčešće outsorsani agencijski rad ili rad na crno te da se na tom tržištu za sada ne natječe s drugim platformama. Ipak, s obzirom na to da počiva na istom problematičnom modelu outsorsinga i “lažnog samozapošljavanja” kao Uber ili Glovo te da nije nemoguće da se na tržištu čišćenja i pomoći u kući u Hrvatskoj uskoro pojavi još platformi koje će mu konkurirati i gurati cijenu prema dolje, treba s oprezom pratiti u kojem će smjeru ići Beepingovo poslovanje i odnos prema radnicima. Mada mi kažu da “prate legislaciju i novitete na području cijele EU” vezane za digitalne platforme, dodaju da trenutno nisu upoznati s pokretanjem Sindikata radnika digitalnih platformi. Nadam se da će tu informaciju uzeti u obzir u daljnjem razvoju svoje strategije “kontinuiranog i stabilnog rasta” jer, nažalost, već smo vidjeli što tržišni rast velikog broja drugih, većih platformi znači za radnike – kontinuiran i stabilan pad plaća i sigurnosti.

Objavljeni tekst dio je novinarskog projekta “Platformski rad u Hrvatskoj: prekarnost skrivena iza online aplikacija” koji je podržala Agencija za elektroničke medije, u okviru poziva za ugovaranje novinarskih radova u elektroničkim publikacijama, objavljenog 15. siječnja 2021.

