



PRZYSPIESZENIE CZY SPOWOLNIENIE? PRACA PLATFORMOWA DOSTAWCÓW JEDZENIA W DOBIE PANDEMII SARS-COV-2

Polski rynek dostaw jedzenia na żądanie klienta (*food delivery*) to wschodzący sektor w ramach gospodarki cyfrowej, który doświadczył przyspieszenia w czasie pandemii Sars-Cov-2. Praca kurierów w ramach globalnych, korporacyjnych platform typu Uber Eats, Glovo czy Wolt nigdy wcześniej nie miała tak dużego społecznego znaczenia. Jednak za hasłem pracy platformowej kryje się wiele negatywnych zjawisk (niskie zarobki, długie godziny pracy czy algorytmiczne zarządzanie, na które kurier nie ma wpływu). Wykorzystując teorię przyspieszenia społecznego jako inspirację teoretyczną, w artykule staram się odpowiedzieć na pytanie, czy platformowe kooperatywy mogą być w Polsce alternatywą dla globalnych platform cyfrowych. Istotnym kontekstem jest tutaj pandemia Sars-Cov-2. W artykule wykorzystano wyniki wywiadów pogłębionych z kurierami, partnerami flotowymi* oraz założycielami/właścicielami kooperatyw platformowych z branży dostaw jedzenia na żądanie w Polsce.

Słowa kluczowe: socjologia pracy; praca platformowa; kooperatywizm platformowy; przyspieszenie społeczne; Sars-Cov-2

Acceleration or slowing down? Food-delivery platform work in the era of the Sars-Cov-2 pandemic

The Polish food delivery market is an emerging sector in the digital economy that experienced additional acceleration during the Sars-Cov-2 pandemic. The couriers' work for global Big Tech platforms such as Uber Eats, Glovo or Wolt has never had such a great social significance before. However, behind the slogan of platform work there are many negative consequences, including low wages, long working hours or algorithmic management over which the courier has no influence. Using the theory of social acceleration as an inspiration, in this article I set out to answer the question of whether in Poland platform cooperatives can be an alternative to global digital platforms. The relevant context is the Sars-Cov-2 pandemic. The article uses the results of in-depth interviews with couriers, fleet partners and founders/owners of platform cooperatives from the food delivery industry in Poland.

Key words: sociology of work; platform work; Platform co-operatives; social acceleration; Sars-Cov-2

Dominika Polkowska, Wydział Filozofii i Socjologii / Katedra Socjologii Gospodarki i Metod Badań Społecznych, dominika.polkowska@poczta.umcs.lublin.pl, ORCID 0000-0002-6698-5821.

* Źródło finansowania części badań: grant DG Employment, European Commission, VS/2020/0119.

Wstęp

Pojawienie się platform internetowych (czy szerzej gospodarki platformowej) zrewolucjonizowało wiele dziedzin życia. Wspólną cechą platform jest to, że tworzą one wartości używając zasobów, których najczęściej nie posiadają i nie kontrolują, co z kolei przekłada się na szybki wzrost ich wartości rynkowej (Parker i inni 2016). Idąca za tym ich rosnąca popularność jest także jednym z czynników sprzyjających pojawieniu się cyfrowych form pracy (Zwick 2018).

Podstawą pracy platformowej jest wykorzystywanie w jej trakcie technologii informacyjno-komunikacyjnych, w szczególności aplikacji na telefon lub stron internetowych. W praktyce sprowadza się to do otrzymywania i realizowania zleceń za pośrednictwem aplikacji typu Uber (przewóz osób) czy Glovo (dostarczanie jedzenia z restauracji). To aplikacja informuje pracownika platformowego o zleceniu, które ma wykonać oraz dostarcza wszystkie niezbędne informacje. Płynność tego procesu zapewniają odpowiednie algorytmy i to one w praktyce „decydują o wszystkim” (Polkowska 2019a).

Ten typ pracy idealnie wpisuje się w trend pracy elastycznej, mobilnej, teoretycznie dostosowanej do potrzeb pracownika. Teoretycznie, bo coraz częściej okazuje się, że zamiast wolności i autonomii, jaką miały dawać platformy, przynoszą one nowe zagrożenia, które sprawiają, że bilans korzyści i kosztów takiej pracy wychodzi pozytywnie dla platformy, a negatywnie dla pracownika (Rosenblat, Stark 2016). Co więcej, koszty działalności największych, globalnych korporacji typu Big Tech, czyli grupy największych spółek technologicznych i internetowych (np. Google, Facebook, Uber i inne), ponoszą wszyscy uczestnicy systemu społeczno-gospodarczego, a pandemia Sars-Cov-2 zdaje się ten trend jeszcze umacniać (Raj i inni 2020).

Niewątpliwą zaletą pracy platformowej jest łatwość wejścia i wyjścia (Dunn 2020; Cramer, Krueger 2016). Nie ma praktycznie żadnych wymagań dla potencjalnych pracowników platformowych i można ją rozpocząć w każdej chwili (Muszyński i inni 2021; Schoukens 2020), ponieważ nie wymaga ona żadnych kwalifikacji poza samą chęcią do pracy. Wydaje się jednak, że wady tej pracy przysłaniają wspomniane zalety. Autorzy zajmujący się tym tematem podkreślają przede wszystkim złe warunki pracy pracowników platform (Harmon, Silberman 2019) prowadzące do prekaryzacji (Polkowska 2019b; Hua, Ray 2018) zwłaszcza w odniesieniu do niskich zarobków i długiego czasu pracy. W drugiej kolejności zwracają uwagę na fałszywą autonomię w pracy oferowaną przez platformy (Pichault, McKeown 2019) i wyłącznie iluzoryczną wolność (Umer 2021).

Mało też mówi się o tym, że praca platformowa przynosi korzyści głównie platformom, a pracownicy (nie będący w rzeczywistości pracownikami – w rozumieniu kodeksu pracy) są zarządzani przez algorytmy, które czuwają nad tym,

żeby kurier czy kierowca za dużo nie zarobił (Zygmuntowski 2018; Wood i inni 2019). Jednak ta iluzja wolności, bycia swoim własnym szefem czy pozornie elastyczny grafik wciąż działają na wyobraźnię, zwłaszcza młodych ludzi, którzy coraz częściej wchodzą na rynek pracy właśnie poprzez pracę platformową. Taka forma zarabiania przyciąga również migrantów, którzy w obliczu braku znajomości języka nie mają najczęściej innych alternatyw. Jednak zarobki tutaj są niskie, rotacja pracowników bardzo duża, więc pozostają w niej najdłużej tylko ci najbardziej zdesperowani. Wszystko to sprawia, że „gig fuchy”¹ (Kessler 2019) zamiast zmniejszać, to jeszcze powiększają istniejące nierówności i wypychają pracowników platform w prekariat (Muszyński i inni 2021; Polkowska 2019a).

W niniejszym artykule koncentruję się na polskim rynku dostaw jedzenia na żądanie. Moim celem jest odpowiedź na pytanie, czy w dobie kryzysu wywołanego pandemią Sars-Cov-2 jesteśmy skazani na „gig fuchy” (Kessler 2019) w pracy platformowej. Główne pytanie badawcze dotyczy więc tego, czy w pracy platformowej istnieją alternatywy dla gigantów cyfrowych typu Uber czy Glovo i czy pojawiające się rozwiązania lokalne mają szansę w starciu z globalnymi platformami. Teoretycznym podłożem niniejszych rozważań jest koncepcja przyspieszenia społecznego Hartmuta Rosy. Podstawą analiz są badania empiryczne przeprowadzone metodą wywiadu pogłębionego z kurierami pracującymi dla największych globalnych platform w Polsce, wywiady z partnerami flotowymi, a także z założycielami/właścicielami platformowych kooperatyw w sektorze *food delivery*. Wszystkie 40 wywiadów zrealizowano między marcem 2020 a kwietniem 2021 roku, czyli w czasie pandemii Sars-Cov-2.

Artykuł składa się z ośmiu części. Na początku zaprezentowano teoretyczne podstawy rozważań. Następnie opisano metodologię badania. W dalszej części znalazły się wyniki przeprowadzonych analiz, a całość wieńczą wnioski.

Teoria przyspieszenia społecznego i kontekst pandemii Sars-Cov-2

Punktem wyjścia moich rozważań jest koncepcja społecznego systemu operacyjnego opisana przez Lee Rainie’go i Barry’ego Wellmana (2012) oferująca socjoekonomiczną perspektywę oglądu cyfrowego świata. Korzystając z wielu danych autorzy twierdzą, że żyjemy w społecznym systemie operacyjnym. Opisana przez nich potrójna rewolucja (sieciowa, internetowa i mobilna) jest wyrazem dokonujących się procesów zmiany instytucjonalnej: zanikania jednych

¹ *Gig fuchy* to potoczne określenie pracy platformowej, która opiera się na realizacji krótkich zadań, projektów, „małych prac” (które często w Polsce nazywane są „fuchami”) – przeciwieństwo pracy etatowej.

instytucji, transformacji innych i powstania nowych (np. platform), a także prowadzi do sieciowego indywidualizmu, który determinuje nasze działania. W społecznym systemie operacyjnym swoje miejsce znajdują więc zarówno wielkie korporacje typu Big Tech, ale także lokalne kooperatywy platformowe. Przeniesienie logiki Internetu na całe społeczeństwo w sposób widoczny zostało utrwalone, a nawet przyspieszone w czasie pandemii Sars-Cov-2.

Obok teorii społecznego systemu operacyjnego inspiracją teoretyczną moich rozważań jest koncepcja przyspieszenia społecznego Hartmuta Rosy. Twierdził on, że w ramach tego zjawiska można wyróżnić trzy kategorie: przyspieszenia technologicznego, przyspieszenia zmian społecznych i przyspieszenia tempa życia. Przyspieszenie technologiczne jest najbardziej oczywistą i najłatwiej mierzalną formą przyspieszenia (Rosa 2020: 31). Digityzacja, cyfryzacja, datyfikacja, a wreszcie transformacja cyfrowa (Śledziwska, Włoch 2020) to zjawiska, które u progu trzeciej dekady XXI wieku wyznaczają kierunek przyspieszenia technologicznego. Jak piszą Katarzyna Śledziwska i Renata Włoch (2020: 68), następuje strukturalna zmiana modelu funkcjonowania rynku, konsumentów, przedsiębiorstw i innych organizacji, w tym państwa, pracowników i globalnej gospodarki, następująca dzięki datafikacji, definiowanej jako narastający proces tworzenia cyfrowych reprezentacji kolejnych obszarów świata rzeczywistego oraz czerpania wartości z pozyskanej w ten sposób informacji. Wszystkie te przemiany wpisują się w społeczny system operacyjny.

O ile zmiany technologiczne to procesy przyspieszenia, które zachodzą wewnątrz rzeczywistości społecznej, o tyle przyspieszenie zmian społecznych dotyczy samego społeczeństwa (Rosa 2012: 84). Zdaniem Rosy (2020: 33) mamy do czynienia z ideą zmiany tempa samej zmiany. Wartości i postawy, w takim samym stopniu jak moda i styl życia, zobowiązania i stosunki społeczne podobnie, jak grupy, klasy i środowiska – wszystko staje się coraz bardziej krótkotrwałe i zmienia się w coraz szybszym tempie. Przyspieszenie społeczne można więc zdefiniować w tym kontekście jako „wzrost tempa, w jakim zanikają niezawodne punkty oparcia naszych doświadczeń i oczekiwań, a także jako skracanie się tego odcinka czasu, który utożsamiamy z teraźniejszością” (Rosa 2020: 35).

Wreszcie przyspieszenie tempa życia nierozzerwalnie związane jest z percepcją czasu. Ten rodzaj przyspieszenia to jeden z najczęściej wymienianych procesów modernizacyjnych, który Rosa definiuje jako wzrost liczby działań i przeżyć (epizodów) w danym odcinku czasu. To wyraz subiektywnej potrzeby, żeby robić więcej, w krótszym czasie (Rosa 2020: 37). Efektem tego przyspieszenia jest powszechne poczucie „nienadążania” za pędzącą rzeczywistością społeczną.

Pandemia Sars-Cov-2 zapisze się na trwałe w historii świata jako czas zamknięcia. Czy to oznacza, że pandemia spowolniła przyspieszenie społeczne? Jak pisze Jacek Kołtan (2020: 7) „rok 2020 przejdzie do historii jako pierwszy

w epoce nowoczesności przypadek globalnego wyhamowania”. Autor przyrównuje to, co się stało, do awarii systemu, która ujawniła niemoc „ślepego pędu” współczesności i pozwoliła dostrzec brak logiki tego dominującego dotychczas przyspieszenia. Jednocześnie, jak zauważa, rzeczywistość nie spowolniła jako całość. Pewne obszary wręcz przyspieszyły w zdwojonym tempie: e-nauka, e-praca, e-zakupy, e-spotkania, e-rozrywka – cała wcześniejsza aktywność przeniosła się do sieci, a sieciowy indywidualizm uległ jeszcze większemu wzmocnieniu. W konsekwencji doprowadziło to do niespotykanego zapotrzebowania na nowe usługi, aplikacje, platformy oraz na nieograniczony dostęp do Internetu. W ten sposób, w ciągu kilku miesięcy, obroty (i zyski) firm dostarczających na rynek tego typu usługi i produkty wzrosły kilkukrotnie. Oznacza to, że jeden z obszarów przyspieszenia społecznego – przyspieszenie technologiczne – nabrało jeszcze większej prędkości.

Podobne zmiany można zauważyć także w przemianach społecznych. Szczególnie widoczne to jest w obszarze pracy. Dużego znaczenia nabierają wszystkie te zawody, w których praca może być wykonywana zdalnie. Szybkość przestawienia się na pracę zdalną jest również elementem przyspieszenia zmian społecznych. Wszystko to prowadzi także do przyspieszenia tempa życia. Aplikacje w telefonie obsługują coraz to nowe obszary (zamawiamy jedzenie, robimy zakupy, płacimy rachunki, oglądamy filmy), a my sami coraz lepiej odnajdujemy się w społecznym systemie operacyjnym. Platformizujemy kolejne sfery naszego codziennego funkcjonowania, a kwintesencją zmian i przyspieszenia, z którymi mamy do czynienia, wydaje się praca platformowa. Co więcej, praca platformowa może nawet sprawiać wrażenie swoistego „remedium” na problemy rynku pracy wywołane pandemią. Zwolnienia w wielu branżach pokazały, że ten rodzaj pracy jest jednym z niewielu rozwiązań dostępnych od zaraz, dla tych wszystkich, którzy z dnia na dzień zostali pozbawieni środków do życia (Polkowska 2021). W rezultacie, w czasie pandemii nastąpił niespotykany wcześniej wzrost zapotrzebowania na pracę platformową.

Jednak jest też ciemna strona tego zjawiska, z której konsumenci najczęściej nie zdają sobie sprawy: problem wyzysku kurierów czy kierowców przez platformy typu Big Tech (w niniejszej pracy używam tego określenia w stosunku do korporacyjnych platform typu Uber czy Glovo), które wykorzystując swoją silną pozycję pogłębiają prekarność w pracy platformowej i wzmacniają nierówności systemowe (Borkin 2019). Zrobienie zamówienia za pośrednictwem popularnych aplikacji oznacza dla restauratorów najczęściej straty, a nie zyski, a dyktat wspomnianych Big Techów oznacza w praktyce swoisty „haracz”, który restauratorzy płacą platformom za możliwość korzystania z ich usług (dochodzący do 30–40% zamówienia) (Rozwadowska, Szostak 2020).

Charakterystyka pracy platformowej w Polsce

Istnieje wiele definicji i sposobów rozumienia pracy platformowej. Jednak najczęściej zwraca się uwagę na to, że jest to praca wykonywana „za pośrednictwem platform internetowych i jest jednym z rodzajów pracy realizowanej przez Internet. Obejmuje ona różnorodne zadania i usługi realizowane za pośrednictwem platformy, ale nie obejmuje wynajmu zakwaterowania i sprzedaży produktów online” (Piasna, Drahekoupil 2019: 14). Andrew Stewart i Jim Stanford (2017: 421) akcentują natomiast, że kluczową cechą takiej pracy jest to, że w praktyce „ludzie nie pójdą do pracy i nie będą mieli pracodawcy. Zamiast tego będą wykonywać zadania, koordynowane przez anonimowe platformy internetowe i wynagradzane poprzez transfery cyfrowe”.

Czy praca platformowa spełnia kryteria socjologicznej definicji pracy, rozumianej jako „każda celowa czynność prowadząca do zaspokojenia dowolnych potrzeb ludzkich, posiadających społeczną doniosłość, zapewniającą jednostkom lub grupom, które je wykonują, określoną pozycję w społeczeństwie” (Szczepański 1961: 171)? Biorąc pod uwagę, że praca platformowa prowadzi do prekaryzacji (Hua, Ray 2018), to oznacza, że nie wszystkie potrzeby ludzkie są w pełni zaspokojone (np. w zakresie płacy czy warunków pracy). Zaliczenie pracowników platformowych w czasie pandemii Sars-Cov-2 do kategorii *tzw. essential workers* dowodzi jednak, że przynajmniej w tym okresie ich praca była niezwykle potrzebna (Polkowska 2021), co wzmocniło (przynajmniej czasowo) ich pozycję w społeczeństwie. Można więc powiedzieć, że praca platformowa w dużym zakresie spełnia wspomniane wyżej kryteria.

Wielość podejść i definicji pracy platformowej sprawia, że można wskazać także na różne rodzaje takiej pracy (De Groen i inni 2018). Najczęściej wykorzystywaną jest klasyfikacja Ursuli Huws (Huws i inni 2016). Według autorów, wyróżniamy pracę realizowaną (a przynajmniej dostarczaną) online (na przykład Amazon Mechanical Turk, Clickworker) oraz offline (tzw. na żądanie) – gdzie zadaniem platformy (aplikacji) jest wyłącznie łączenie (dopasowywanie) klientów do dostawców usług (np. Uber, Deliveroo) – z ang. *work on-demand via apps* – (De Stefano 2015).

Praca platformowa w Polsce w zdecydowanej większości dotyczy pracy typu offline i obejmuje głównie transport pasażerski na żądanie (Uber, Bolt, FreeNow) oraz rynek dostaw jedzenia na żądanie (*food delivery*) (Glovo, Uber Eats, Bolt Food, Wolt, Pyszne.pl itp.). W tym zakresie nie różni się znacząco od tego, co dzieje się na ulicach Hiszpanii (Alvarez-Palau i inni 2020), Wielkiej Brytanii (Cant 2019), Belgii (Drahekoupil, Piasna 2019) czy Niemiec (Ivanova i inni 2018), a poza Europą na przykład w Brazylii (De Araujo Leão i inni 2019; Monty 2018).

Większość „poważnych graczy” na rynku platform na żądanie w Polsce to globalne korporacje międzynarodowe (np. Uber czy Glovo), które szybko i ekspansywnie wchodzą i zdobywają kolejne miasta. Wśród platform typu online można natomiast wymienić np. useme.com, freelanceria.pl, freelancer.pl, wzplencia.pl itp., które jednak nie są tak popularne, jak platformy offline.

Niniejszy artykuł dotyczy polskiego rynku dostaw jedzenia na żądanie. Wyróżnia go po pierwsze dominacja globalnych korporacji typu Big Tech (Uber, Glovo, Bolt itd.), a po drugie obecność na nim tzw. partnerów flotowych – pośredników między platformą a kurierem czy kierowcą. W związku z tym, że wspomniane platformy stoją na stanowisku, że są wyłącznie dostawcą technologii (czyli aplikacji) i nie mają zobowiązań wobec żadnej ze stron (Kashyap, Bhatia 2018; Kenner 2019), to wszelkie usługi, jakie oferują, mają wyłącznie charakter „business-to-business”, ponieważ nie są pracodawcą, a kurierzy czy kierowcy nie są ich pracownikami. Każdy, kto chce współpracować z platformą, musi mieć swoją działalność gospodarczą. Pomijając w tym miejscu proces, jaki doprowadził do takiego modelu prowadzenia działalności w Polsce oraz zawirowania, jakie towarzyszyły temu rynkowi w latach 2014–2021 (zanim wszedł w życie tzw. Lex Uber) – warto zatrzymać się na konsekwencjach przyjętego modelu przez główne platformy świadczenia usług na żądanie w Polsce. Przyjęcie modelu funkcjonowania wyłącznie na zasadach „business-to-business” oznaczało dla kurierów konieczność założenia działalności gospodarczej, co dla wielu z nich było nieopłacalne z ekonomicznego punktu widzenia, bo pracę jako kurier zdecydowana większość traktowała tymczasowo i/lub dorywczo (Polkowska 2021). W tym momencie w przyjętym modelu biznesowym pojawili się partnerzy flotowi, którzy mieli zarejestrowaną działalność gospodarczą i których zadaniem było, niejako w imieniu kurierów, formalne rozliczanie się z platformami. W zamian za cotygodniową opłatę oferowali im umowę zlecenie, rozliczenie, a przede wszystkim możliwość realizowania dostaw bez konieczności zakładania działalności gospodarczej.

Mimo że omawiany tutaj rynek dostaw jedzenia na żądanie w Polsce zdominowany jest przez globalnych graczy, to jednak patrząc chronologicznie, pierwszą aplikacją służącą do zamówień z restauracji była, działająca od 2010 roku, początkowo wyłącznie polska aplikacja pyszne.pl. Jednak już w 2014 roku pyszne.pl stało się częścią holenderskiego giganta Takeaway (Sędek 2017). Mimo długiej obecności tej platformy na polskim rynku dopiero wejście globalnych korporacji przyspieszyło rozwój branży. Wśród Big Techów najwcześniej w Polsce pojawił się Uber Eats (luty 2017), następnie Glovo (2019 rok), które przejęło polską markę pizzaportal oraz Bolt Food (2020). Inne międzynarodowe platformy do zamawiania jedzenia to np. Wolt i Stuart.

Z punktu widzenia klienta aplikacje te zasadniczo nie różnią się od siebie. Natomiast z punktu widzenia kuriera te różnice są znaczące i zauważalne: pod

względem organizacji pracy, różnic w wysokości wynagrodzenia, a także w zakresie procedury rozpoczęcia pracy. Oprócz tego niezwykle istotne znaczenie ma lokalizacja (każde miasto ma inne stawki w poszczególnych aplikacjach), jak i liczba kurierów. Można zauważyć prawidłowość, że w momencie, gdy aplikacja wchodzi do danego miasta, to warunki pracy dla kurierów są najlepsze: wysokie stawki za dostawę dla kurierów, często stawki gwarantowane, łatwo dostępne bloki godzin pracy do zarezerwowania, wszystko to w połączeniu z promocjami dla klientów generuje początkowo bardzo dużą liczbę zamówień, co przekłada się na zadowolenie z pracy i wysokie zarobki. W miarę ugruntowywania pozycji w danym mieście przez platformę początkowe bonusy i zachęty zaczynają być wycofywane, a praca coraz mniej się opłaca lub trwa dłużej (co czasami jest fizycznie niemożliwe do zrealizowania, zwłaszcza dostawa na rowerze). W największych polskich miastach takich zachęt i bonusów już od dawna nie ma, bo dopływ nowych kurierów jest stały i nie ma potrzeby polepszać ich warunków pracy, ponieważ mimo dużej rotacji wciąż są nowi chętni do bycia kurierem.

Platformowe kooperatywy – charakterystyka zjawiska

Wyznaczająca ramy naszego funkcjonowania od marca 2020 roku pandemia Sars-Cov-2 wpłynęła również na rynek dostaw jedzenia na żądanie. Kolejne obostrzenia wprowadzane w Polsce uderzyły zwłaszcza w branżę gastronomiczną, która jako pierwsza musiała zamknąć lokale (13.03.2020) i jako ostatnia je otworzyła (28.05.2021)². To oznaczało albo zawieszanie działalności gospodarczej przez restauratorów (którzy często nie byli w stanie ponieść wysokich kosztów utrzymania przez długi czas), albo konieczność przestawienia się wyłącznie na działalność na wynos. Pojawił się jednak problem wynikający z braku doświadczenia większości restauratorów w serwowaniu posiłków z dostawą. Wydawało się więc, że idealnym rozwiązaniem będzie wejście na najbardziej popularne platformy zajmujące się dostarczaniem jedzenia, bo w dalszym ciągu restauracja będzie prowadziła działalność, ale uniknie kosztów zatrudniania kierowców czy problemów logistycznych. Początkowy entuzjazm szybko jednak ustąpił frustracji i niezadowoleniu, kiedy okazało się, że koszt funkcjonowania restauracji na takiej platformie sięga 30%–40% każdego zamówienia (Rozwadowska, Szostak 2020). Restauracje zamiast zarabiać na dostawach były zmuszone ponosić dodatkowe koszty, żeby tylko utrzymać się na rynku. Wielu restauratorów z braku

² W wyniku wprowadzonych restrykcji branża gastronomiczna w Polsce była zamknięta od 13.03.2020 do 18.05.2020 i od 24.10.2020 do 28.05.2021 – serwowano wyłącznie „na wynos” i „w dostawie”.

alternatyw przystało jednak na te niekorzystne warunki, licząc że dzięki temu uda się przeczekać najgorszy okres pandemii i lockdownu.

Jednak nie wszyscy chcieli zgodzić się na dominację modelu biznesowego stosowanego przez zagraniczne Big Techy. Pomysłem, który miał pomóc branży gastronomicznej w Polsce przetrwać kolejne obostrzenia związane z pandemią Sars-Cov-2, miały być lokalne platformowe kooperatywy.

Idea platformowych kooperatyw nie pojawiła się wraz z wirusem i pandemią, znana była już wcześniej. Platformowe kooperatywy to alternatywne dla popularnych platform na żądanie rozwiązania technologiczne osadzone w modelu spółdzielczym. Czyli jest to również platforma (aplikacja) do zamawiania, ale nie stoją za nią wielkie korporacje, tylko najczęściej lokalni przedsiębiorcy. Jak piszą Jan Zygmuntowski i Anna Burnicka (Burnicka, Zygmuntowski 2019: 3), są one wyrazem innowacji technologicznej, ale przede wszystkim to innowacja o charakterze społecznym i organizacyjnym. U podstaw tej idei jest zrównoważony rozwój, solidarność oraz otwartość (Zygmuntowski 2020: 152).

Poza oczywistymi podobieństwami technologicznymi z platformami na żądanie nie mają więcej punktów wspólnych. Model biznesowy stojący za platformami typu Uber czy Glovo jest zasadniczo odmienny (a nawet przeciwstawny) filozofii działania platformowych kooperatyw. Platformowe kooperatywy oferują stabilne warunki pracy, godne wynagrodzenie dla pracowników oraz szanują lokalne społeczności (Pérotin 2015). Niektóre z nich angażują freelancerów, inne małych producentów, mieszkańców miast czy użytkowników-właścicieli danych (Burnicka, Zygmuntowski 2019).

Kooperatywa oznacza wspólnotę ludzi dobrowolnie współpracujących w celu zaspokojenia swoich potrzeb gospodarczych w ramach wspólnego i demokratycznie kontrolowanego przedsiębiorstwa. W tym przypadku mówimy o cyfrowej platformie (Scholz 2014). Podstawowym celem cyfrowej kooperatywy jest wykorzystanie elementów technologicznych z tradycyjnych platform na żądanie, tj. stron internetowych, mediów społecznościowych czy stworzenie odpowiedniej aplikacji. Jednak to jest tylko warstwa technologiczna, na której – w przeciwieństwie do platform typu Uber czy Glovo – należy teraz zbudować warstwę organizacyjną i społeczną opierającą się na zupełnie innej logice i filozofii niż wspomniane platformy korporacyjne (Scholz 2014). Z punktu widzenia klienta platformowa kooperatywa oznacza taką samą aplikację jak Uber Eats czy Glovo. Różnice są natomiast znaczące z punktu widzenia restauracji (niższe koszty – a czasem nawet ich brak – wejścia i funkcjonowania na platformie) oraz kurierów (docelowo kooperatywy dążą do zatrudnienia na warunkach jak najbardziej korzystnych dla kuriera). Jednak zasadnicza różnica polega na tym, że platformowe kooperatywy nie zarabiają na samym pośrednictwie i nie pobierają opłat za połączenie klienta, restauracji i kuriera, co jest głównym źródłem dochodów platform korporacyjnych.

Kooperatywizm platformowy ma więc dwa główne założenia: wspólną własność i demokratyczne zarządzanie. Jak można zachęcić potencjalnych pracowników do wchodzenia w takie kooperatywy? Trebor Scholtz wskazuje po pierwsze na wspólną własność platform i wspólne ustalanie reguł funkcjonowania, a po drugie na konieczność zapewnienia bezpieczeństwa dochodów wszystkim osobom pracującym w kooperatywie (Scholz 2016: 21). Jak pisze Simon Borkin (2019), platformy cyfrowe umożliwiają teraz spółdzielniom działanie na nowe sposoby i na dużą skalę, z ogromnym potencjałem dalszej ekspansji.

Badacze zajmujący się kooperatywami platformowymi na całym świecie podkreślają, że powinniśmy zwracać szczególną uwagę na poprawę warunków pracy pracowników platformowych (Falcón-Pérez, Fuentes-Perdomo 2019; Zhu, Marjanovic 2021), która jest możliwa tylko w modelu kooperatywnym (McCann, Yazici 2018). Z drugiej strony, żeby takie inicjatywy mogły się rozwijać, potrzebują dostępu do niezawodnych, przystępnych cenowo i ogólnie dostępnych alternatyw technologicznych (Jackson, Kuehn 2016).

Platformowe kooperatywy w Polsce

Rozwój kooperatyw w Polsce ma długą tradycję wywodzącą się z ruchu spółdzielczego. Dzięki współpracy członków forma ta pozwala na realizację wzajemnych potrzeb, między innymi mieszkaniowych, rekreacyjnych, żywnościowych czy związanych z codziennym funkcjonowaniem człowieka (Czaja, Śliwa 2019). Zdecydowana większość obecnie tworzonych kooperatyw w Polsce to kooperatywy spożywcze (np. kooperatywa „Dobrze” działająca w Warszawie czy Kooperatywa Lubelska i wiele innych). Właściwie w każdym większym mieście można znaleźć i dołączyć do takiej kooperatywy. Wśród innych rodzajów kooperatyw można wymienić np. CoopTech Hub, która oferuje „produkty i usługi technologiczne”, a także szeroko rozumiane kooperatywy mieszkaniowe (np. Kooperatywa Mieszkaniowa Pomorze). Idei kooperatyw nie sprzyja jednak brak konkretnych uregulowań prawnych tego typu przedsięwzięć i brak formalnej definicji (Czaja, Śliwa 2019).

Biorąc pod uwagę główne pytanie badawcze obszarem mojego szczególnego zainteresowania są kooperatywy platformowe w branży gastronomicznej, które nabrały szczególnego znaczenia w czasie pandemii Sars-Cov-2 w związku z wprowadzonymi obostrzeniami. To właśnie pandemia była inspiracją do powstania kilku kooperatyw platformowych w Polsce – jako swoistej niezgody części branży na obostrzenia nałożone na branżę gastronomiczną i dyktat cenowy narzucony przez globalne platformy dostaw jedzenia na żądanie.

Wśród obecnych w Polsce kooperatyw platformowych w tej branży na szczególną uwagę zasługują dwie: knajp.pl oraz Zentrale. Knajp.pl (wcześniej

#WspieramGastro) to inicjatywa właścicieli restauracji i barów – początkowo z terenu Warszawy, później również z innych 7 miast – którzy zjednoczyli siły w obliczu kryzysu w branży wywołanego obostrzeniami okoopandemicznymi. Jak zauważają, ich celem było utrzymanie tysięcy miejsc pracy: nie tylko pracowników barów i restauracji, ale także dostawców czy partnerów. Określają siebie jako kooperatywę restauracji non-profit, umożliwiającą restauratorom w największych miastach w Polsce bezprowizyjną sprzedaż na spółdzielczym portalu internetowym, bez pobierania prowizji (jak robią to największe platformy Big Tech). Zasada działania knajp.pl polega na tym, że platforma umożliwia „beprowizyjną sprzedaż na portalu agregującym oferty lokalnych restauracji” (knajp.pl). Cała wartość zamówienia trafia dzięki temu do restauratora, u którego zamawiamy jedzenie. Knajp.pl nie dysponuje bazą kurierów, a głównym celem jest jedynie umożliwienie restauracjom bezprowizyjnej sprzedaży za pośrednictwem portalu.

Druqa kooperatywa – Zentrale – dysponowała z kolei bazą kurierów i jak sami pisali o sobie, byli spółdzielnią kurierską, częścią europejskiej sieci CO-OPCYCLE (Zentrale.pl). Obiecywali dostarczyć posiłek z wybranej restauracji w ciągu 30 minut. Specjalizowali się głównie w kuchni wegetariańskiej i wegańskiej, co współgrało z ogólną filozofią platformowych kooperatyw opierających się na idei zrównoważonego rozwoju.

Podstawy metodologiczne badania

Celem tego artykułu jest odpowiedź na pytanie, czy w dobie kryzysu wywołanego pandemią Sars-Cov-2 jesteśmy skazani na „gig fuchy” (Kessler 2019) w pracy platformowej. Główne pytanie badawcze dotyczy tego, czy praca platformowa w sektorze dostaw jedzenia (*food delivery*) jest możliwa wyłącznie w modelu biznesowym stworzonym przez największe korporacje typu Uber czy Glovo i czy platformowe kooperatywy w Polsce mogą być realną alternatywą w starciu z globalnymi Big Techami. Istotnym kontekstem jest tutaj pandemia Sars-Cov-2, która od marca 2020 roku stała się podstawowym elementem większości ludzkich aktywności.

Aby odpowiedzieć na powyższe pytanie badawcze, zrealizowałam pogłębione badania jakościowe wśród kurierów największych korporacyjnych Big Techów: Uber Eats, Glovo i Wolt (łącznie 36 wywiadów), a także wywiady z dwoma partnerami flotowymi oraz z dwoma właścicielami/założycielami platformowych kooperatyw. We wszystkich przypadkach wykorzystano metodę wywiadu pogłębionego wspieranego scenariuszem.

Badania z kurierami – dostawcami jedzenia pracującymi dla tzw. platform na żądanie były przeprowadzone w czasie kolejnych tzw. fal wzrostu liczby

zachorowań na Sars-Cov-2. W marcu i kwietniu 2020 roku zrealizowano 21 wywiadów – z kurierami firmy Glovo, w listopadzie i grudniu zrealizowano 10 wywiadów z kurierami Uber Eats i w marcu 2021 roku z 5 kurierami Wolt. Dodatkowo w styczniu 2021 roku przeprowadziłam dwa wywiady pogłębione z tzw. partnerami flotowymi (pośrednik między platformą a kurierem, odpowiedzialny za sprawy formalne związane z rozliczaniem dostaw) i w marcu 2021 roku z dwoma właścicielami/założycielami platformowych kooperatyw funkcjonujących w Warszawie. Materiał empiryczny stanowiło 40 wywiadów pogłębionych. Niestety nie udało mi się przeprowadzić wywiadów z kurierami pracującymi dla platformowych kooperatyw: w pierwszym przypadku wynikało to z zakończenia działalności platformy (nie było już pracujących kurierów, niemożliwe było dotrzeć do byłych pracowników), a w drugim przypadku wynikało to ze specyfiki działalności tej platformy (w ogóle nie zatrudniano kurierów).

Dobór próby do badania miał charakter celowy. Ze względu na obostrzenia wynikające z pandemii wszystkie wywiady zrealizowane były online (Teams, Zoom, Messenger, Skype), co jednak nie miało wpływu na jakość wywiadu czy charakter udzielanych odpowiedzi (wywiady trwały od 75 do nawet 150 minut). Wśród badanych znalazło się 38 mężczyzn i 2 kobiety. Nierównowaga płci w próbie wynikała z tego, że mężczyźni zdecydowanie chętniej zgodzili się na wywiad niż kobiety, a także z faktu, że w branży *food delivery* zdecydowanie dominują mężczyźni.

Jeżeli chodzi o sposób docierania do respondentów, to wykorzystano media społecznościowe. Dołączyłam do zamkniętych grup facebookowych dla kurierów (nie było problemów z wejściem do grupy, we wszystkich przypadkach wystarczyła chęć dołączenia, bez jakiegokolwiek weryfikacji), gdzie ujawniając swoją tożsamość i cel, zamieszczałam posty z prośbą o udzielenie wywiadu. Ponadto odzywałam się prywatnie do kurierów, którzy byli najbardziej aktywni w ramach tych grup, a ich wypowiedzi świadczyły o posiadaniu doświadczenia w pracy jako kurier, co było istotne z punktu widzenia zadawanych później pytań. Dzięki przyjęciu takiej strategii udało mi się w rok przeprowadzić 36 wywiadów. Jeżeli chodzi o próby pozyskania do badania parterów flotowych, to moim głównym (i jedynym) kanałem komunikacji były adresy mailowe do firm. Niestety większość wysłanych maili pozostała bez odpowiedzi. Próby docierania do partnerów flotowych telefonicznie również okazały się nieskuteczne, gdyż pracownicy firm nie przekazywali dalej (do właścicieli) moich prośb o wywiad. Ostatecznie udało się porozmawiać z dwoma partnerami flotowymi. Jeżeli natomiast chodzi o właścicieli (zarządzających) platformowych kooperatyw w branży dostaw na żądanie, to chętnie zgodzili się oni na wywiad (dwie osoby).

Czy pandemia przyspieszyła pracę platformową w branży dostaw na żądanie w Polsce?

Przyspieszenie, którego doświadczamy w wielu obszarach życia społecznego, jest szczególnie widoczne na rynku pracy. Przewiduje się, że w najbliższych latach szczególnie znaczące zmiany będą dotyczyły właśnie pracy platformowej. Aby zmniejszyć koszty ogólne, firmy platformowe polegają na pracy „gig fuch” (Kessler 2019). To daje nieograniczone właściwie możliwości rozwoju modeli biznesowych opierających się z jednej strony na nowinkach technologicznych w postaci przyjaznych konsumentowi aplikacji, a z drugiej na pracy osób, które ze względu na różne uwarunkowania godzą się na „gig fuchy” (często nie mając innych możliwości do wyboru).

Czy w takim razie pandemia Sars-Cov-2 zahamowała, czy przyspieszyła ten trend? Z jednej strony, jak pisze Jacek Kołtan, to jeden z niewielu w historii okresów, kiedy doświadczamy swoistego zatrzymania (Kołtan 2020).

Potwierdzają to słowa jednego z partnerów flotowych dotyczące rynku transportu pasażerskiego na żądanie:

Pandemia na pewno tutaj taksówki troszeczkę spowolniła, ten biznes. Nawet nie troszeczkę, tylko dosyć drastycznie. Obrony spadły o 80% podczas pierwszej fali na wiosnę 2020 (PF01³).

Jednak zaraz po tym dodaje:

Natomiast kurierka to było niewiarygodne przyspieszenie. My odbieraliśmy w okolicach pierwszego lockdownu ponad 400 telefonów dziennie od osób, które chciały z nami pracować. Bo chciały zarabiać pieniądze (PF01).

Oznacza to, że w odniesieniu do rynku dostaw jedzenia na żądanie można mówić o jeszcze większym przyspieszeniu. Mimo wprowadzenia obostrzeń i zamykania wielu branż gospodarki, globalne platformy dostaw wchodzą z ofertą do kolejnych polskich miast. Jak wskazuje Luke Munn (2019) strategia Ubera i innych firm Big Tech polega na tym, żeby najpierw zdobyć rynek, a dopiero później na nim zarabiać. Biorąc pod uwagę okres pandemii, w którym liczba zamówień z restauracji w dostawie wzrosła do niespotykanych wcześniej rozmiarów, wydaje się, że strategia przyjęta przez platformy była wyjątkowo trafna.

Jak mówi jeden z kurierów:

Ilość zamówień drastycznie wzrosła w marcu i kwietniu, [2020] dwuipółkrotny wzrost obrotów na samych dostawach (K23).

³ W nawiasach oznaczenia respondentów.

Glovo czy Uber Eats posiadają odpowiednie zaplecze finansowe (którego nie mają z kolei platformowe kooperatywy) pozwalające im prowadzić dowolne kampanie mające na celu zdobywanie kolejnych rynków, a czas lockdownu w Polsce zdaje się to jeszcze przyspieszać, ze względu na zatrzymanie innych branż i sektorów. O bardzo wysokim potencjale polskiego rynku dostaw jedzenia na żądanie może świadczyć również fakt, że 16 kwietnia 2020 roku (miesiąc po prawie całkowitym zamknięciu większości sektorów gospodarki) do Polski (jako 9 kraju na świecie) wchodzi Bolt Food (Kulik 2020). W chwili obecnej oprócz Warszawy dostępny jest także w Gdańsku i w Krakowie – a do wszystkich miast wchodził w czasie pandemii.

Jak podkreśla drugi z partnerów flotowych:

Dostawy jedzenia, czyli popularna kurierka, to branża, która w Polsce bardzo dynamicznie rozwijała się w ostatnich latach, dużo szybciej niż transport pasażerski, a pandemia i lockdown jeszcze bardziej przyspieszyła zachodzące zmiany. W ciągu kilku miesięcy nawyki konsumentów uległy zmianie, dzięki czemu branża food delivery mogła się tak dynamicznie rozwijać (PF02).

Badani podkreślają, że przyspieszenie rozwoju branży *food delivery* odbywa się na naszych oczach. Normalnie takie zmiany wymagałyby kilku lat, a pandemia sprawiła, że zajęło to tylko kilka miesięcy.

Jeszcze bardziej ekspansywna była platforma Glovo, która przed pandemią (w lutym 2020) obecna była w 13 miastach (dlandlu.pl, dostęp 23.05.2021)⁴. Półtora roku później jest obecna już w 32 miastach i wciąż wchodzi do kolejnych (www.biedronka.pl/pl/dostawa, dostęp 23.05.2021). Szczególnie udanym posunięciem biznesowym było rozpoczęcie współpracy z siecią dyskontów Biedronka. Co oznacza, że nie tylko jedzenie z restauracji, ale również zwykłe zakupy mogą być dostarczone przez kurierów Glovo. Zamawianie za pośrednictwem aplikacji stało się szczególnie wygodne dla tysięcy osób, które zostały skierowane na kwarantannę lub nie chciały samodzielnie robić zakupów obawiając się o swoje zdrowie.

We wszystkich nowych lokalizacjach potrzebni byli nowi kurierzy, co oznacza, że o ile jeszcze dwa lata temu praca platformowa (w tym praca kuriera dostarczającego jedzenie) dostępna była wyłącznie w dużych miastach, bo tylko tam działały popularne aplikacje, o tyle obecnie stała się dostępna również dla osób z mniejszych miejscowości, co przed pandemią było trudne do wyobrażenia.

Rynek dostaw jedzenia na żądanie zmienił się w półtora roku nie do poznania, a pandemia zdecydowanie przyspieszyła ten trend. Praca platformowa

⁴ <https://www.dlandlu.pl/detal-hurt/wiadomosci/glovo-obslujuje-13-miast-w-ktorych-mozna-zamowic-zakupy-z-dostawa,85209.html> dostęp 23.05.2021

offline, która do tej pory zarezerwowana była dla mieszkańców największych aglomeracji i przez to przyciągała wielu, zwłaszcza młodych ludzi i obcokrajowców, wraz z rozwojem branży stała się dostępna nie tylko w dużych miastach, ale również w średnich (np. Koszalin czy Elbląg). Uber Eats jest obecnie dostępny w 84 miastach w Polsce. Jednocześnie zmieniły się też nawyki konsumpcyjne. Dostępność aplikacji w coraz większej liczbie lokalizacji oraz możliwość zamówienia nie tylko gotowego jedzenia, ale również zwykłych zakupów sprawiły, że korzystanie z aplikacji przestało być tylko domeną konsumentów z największych miast. Widzimy więc tutaj kolejny aspekt przyspieszenia społecznego, który można by nazwać geograficznym przyspieszeniem ekspansji biznesowej, co jest w pewnym zakresie częścią przyspieszenia zmian społecznych. W sytuacji, gdy większość sektorów gospodarki zatrzymała się, a ludzie pozostali w domach, platformy cyfrowe zdobywały kolejne niezagospodarowane wcześniej rynki, pozwalając z jednej strony na konsumpcję produktów i usług za pośrednictwem aplikacji, a z drugiej strony otwierając pracę platformową offline na te obszary Polski, które do tej pory były takiej możliwości pozbawione.

Jak to się w takim razie stało, że kurierzy trafili do tej branży i co nimi kierowało wybierając takie zajęcie. Zdecydowana większość badanych trafiła do pracy platformowej, gdyż stracili swoją dotychczasową pracę (w pierwszej fali pandemii była to głównie branża turystyczna czy ta związana z rozrywką, a w drugiej – najczęściej gastronomia), pozostali respondenci świadomie wybrali taką pracę (najczęściej była to ich pierwsza praca) ze względu na łatwość wejścia do tego zawodu, jak i brak zobowiązań, gdyby jednak chcieli się szybko wycofać.

Jeden z respondentów w marcu 2020 roku mówił:

Z zawodu jestem muzykiem, ale nie mogę grać, bo wszystko zostało zamknięte i straciłem cały możliwy dochód. W tym momencie to moja jedyna praca i jestem zadowolony, że ją znalazłem, bo zostałem bez środków do życia prawie (K07).

Z kolei w grudniu 2020 roku najczęściej powtarzane historie dotyczyły branży gastronomicznej:

Jestem cukiernikiem w pięciogwiazdkowym hotelu. Hotele praktycznie są zamknięte i dlatego nie ma dla mnie pracy. Do tego pracuję jako technolog w firmie włoskiej – lodziarskiej, ale tutaj nie ma pracy od dwóch miesięcy, bo nie mogę jeździć po firmach i robić szkolenia ze względu na pandemię (K22).

Oprócz konieczności podjęcia takiej pracy wynikającej z utraty poprzedniej, część badanych postanowiła wykorzystać pracę platformową jako sposób wejścia na rynek pracy po raz pierwszy:

To moja pierwsza praca po zakończeniu edukacji, dobra na początek, nie wymagająca dużych umiejętności, łatwo było ją znaleźć. Nie szukałem niczego innego, bo wiedziałem, że teraz z pracą jest trudno (K16).

Wśród respondentów dominował pogląd, że jest to praca łatwo dostępna i pozwalająca na szybkie uzupełnienie domowego budżetu. Jednocześnie można zauważyć duże rozbieżności, jeżeli chodzi o satysfakcję z pracy. Część badanych była zadowolona ze względu na wysoki, w ich subiektywnym odczuciu, poziom zarobków:

Uważam, że zarobki są uczciwe. Dlatego praca jest niezła, mimo oczywistego jakiegoś poziomu ryzyka (K01).

Zarobki są dobre, ale trzeba się napracować (K04).

Uważam, że jest to dobre praca. Tak jestem zadowolony z zarobków (K05).

Z drugiej strony, im większe miasto i im większa konkurencja, tym satysfakcja, zwłaszcza z zarobków, była mniejsza. Można również dostrzec większą wstrzemięźliwość, jeżeli chodzi o poziom satysfakcji u kurierów z dłuższym stażem.

Uber jest niskopłatną pracą, to są żenujące pieniądze. Przez trzy i pół roku ani razu nie została zrewaloryzowana stawka za 1 km. Nie uwzględniono inflacji ani nic. W Warszawie jest niesprawiedliwy system od samego początku w porównaniu z innymi miastami, zwłaszcza tymi nowymi (K23).

Oznacza to, że zadowolenie kurierów z warunków pracy zależy w dużej mierze od lokalizacji. W miastach, do których Glovo czy Wolt dopiero wchodziły, zarobki były wyższe ze względu na przyjęty przez platformy model biznesowy (dużo bonusów, dużo zniżek dla klientów – w związku z tym dużo zamówień). Tam, gdzie platformy były już obecne od dłuższego czasu, poziom zadowolenia był niższy i wielu kurierów nie wiązało swojej przyszłości z tym zawodem. Drugą zmienną wpływającą na zadowolenie z warunków pracy była aplikacja. O ile Uber Eats oferował dowolność w kształtowaniu grafika i pozwalał na rozpoczęcie pracy praktycznie od zaraz, o tyle Glovo premiowało kurierów z większą liczbą dostaw na koncie (otwierając im wcześniej grafik i dając możliwość zapisu na bardziej atrakcyjne bloki godzin), co sprawiało, że początkujący mieli większe trudności i byli zmuszeni do pracy nie wtedy, kiedy chcieli, tylko wtedy, kiedy była taka możliwość (bloki godzin, które nikomu nie odpowiadały). Z drugiej strony Glovo w wielu miastach, do których wchodziło, oferowało stawki gwarantowane (stawka godzinowa niezależnie od liczby zamówień w tym czasie), co zwiększało satysfakcję kurierów, zwłaszcza rowerowych, a Uber Eats płacił tylko za zrealizowane dostawy. Jak nie było zamówień, to nie było też wynagrodzenia. Trzecią istotną kwestią był czas, w którym przeprowadzane było badanie.

W trakcie pierwszej fali koronawirusa (marzec–kwiecień 2020) większość kurierów traktowała swoją pracę jako swego rodzaju misję i podkreślała, że *zawód kuriera jest bardzo społecznie potrzebny* (K14). Opinie takie nie powtórzyły się już w czasie realizacji badania podczas drugiej i trzeciej fali.

Pomimo stosunkowo wysokiego poziomu zadowolenia, wynikającego w dużej mierze z sytuacji zawodowej, w której kurierzy się znaleźli (utrata pracy z powodu pandemii i szybkie odnalezienie się w pracy kuriera lub pierwsza praca po zakończeniu edukacji, praca dorywcza), to subiektywnie ich warunki pracy były bardzo niekorzystne. Świadczy o tym wypowiedź kuriera z najdłuższym stażem pracy, który – jako jeden z nielicznych – miał doświadczenie jako kurier również przed pandemią:

Warunki pracy pogarszają się z roku na rok. Teraz wszystkie narzędzia pracy, które kiedyś dostarczał sam Uber, teraz trzeba sobie samemu kupić w sklepie Ubera – np. torba. Czyli Uber nie wyposaża kurierów nawet w takie podstawowe narzędzia pracy. A torba kosztuje 190 zł. Uber nie bardzo liczy się ze swoimi kurierami, w tym sensie, bo i tak ci kurierzy będą, bo chętnych jest mnóstwo (K23).

Wyniki badania wskazują, że ekspansja platform w okresie pandemii zapewne nie byłaby tak znacząca, gdyby nie sytuacja na rynku pracy w innych branżach. Zwolnienia w branży turystycznej i gastronomii stały się dla platform korporacyjnych źródłem nowych kurierów. Jednocześnie wstrzymanie zatrudniania nowych pracowników w sektorach, które w pierwszej kolejności przyjmowały absolwentów, np. hotelarstwo czy wspomniana gastronomia, sprawiło, że młodzi ludzie wybierali pracę platformową. Warto dodać, że wszystko to odbyło się z pominięciem troski o nowozatrudnionych. Czy w takiej sytuacji możemy sobie wyobrazić jakąś alternatywę dla ekspansywnych korporacyjnych platform cyfrowych w branży *food delivery*? Odpowiedzi na to pytanie szukałam w zakładanych w Polsce platformowych kooperatywach w branży gastronomicznej.

Platformowe kooperatywy w branży gastronomicznej w Polsce

W obydwu analizowanych przypadkach (knajp.pl i Zentrale) główną przyczyną założenia kooperatywy były konsekwencje pandemii, która z jednej strony uniemożliwiła prowadzenie klasycznej działalności restauracyjnej (knajp.pl), a z drugiej wywołana była chęcią uczciwego, wolnego od wyzysku (jak w przypadku platform Big Tech) zatrudnienia kurierów, ludzi, którzy stracili pracę w innych branżach.

Założyciele warszawskiej kooperatywy Zentrale zdawali sobie sprawę, że nie mają szans w starciu z aplikacjami typu Uber Eats czy Glovo, dlatego u podstaw ich pomysłu leżało co innego:

Uznaliśmy, że jedynym wyjściem jest zbudować wokół siebie sieć takich knajp, które działają trochę jak my: albo są spółdzielniami, albo są sklepami spółdzielczymi albo są małutkimi miejscami. Tylko budując nasz biznes wokół pewnej idei, tylko w ten sposób możemy przekonać klientów, żeby korzystali z naszych usług. To jest jedyna metoda. Nie możemy stanąć w konkurencji z dużymi firmami, bo nie dysponujemy takimi zasobami jak oni. Myślimy zaproponowali tym knajpom bardzo atrakcyjne warunki współpracy z nami. W szczytowym momencie do Zentrale udało się włączyć 15 knajp (PK01).

To, co przede wszystkim wyróżniało tę kooperatywę, to sposób rozdzielania zamówień pomiędzy kurierów. Nie rządził tym algorytm, tylko ustalenia poczynione między samymi kurierami:

Wszyscy są równi i jak przychodzi zlecenie, jest ustalane, kto dzisiaj jest na dyżurze i kto jest pierwszy, kto drugi w kolejce itd. Kurierzy sami podejmowali decyzję (PK01).

Jednak mimo szczytnych założeń, już we wrześniu 2020 roku, zaledwie kilka miesięcy po otwarciu, Zentrale postanowiło zawiesić funkcjonowanie kooperatywy. Okazało się, że polski rynek dowozów jedzenia jest całkowicie zdominowany przez Big Techy, a jakakolwiek próba wejścia jest z góry skazana na porażkę. To czego nie udało się osiągnąć, a co było najważniejsze w tego typu biznesie, to był efekt skali. Kooperatywa nie zdołała pozyskać bardzo dużej liczby zamówień, żeby zbudować dużą siatkę kurierów. Aby uzyskać taki efekt, niezbędne były, zdaniem założycieli, duże akcje promocyjne, które wymagają dużych nakładów finansowych, a z racji przyjętego modelu biznesowego – kooperatywa takich pieniędzy nie miała.

Nieco inaczej sprawa wyglądała w przypadku drugiej inicjatywy (knajp.pl). Wprawdzie, podobnie jak w przypadku Zentrale, bezpośrednią przyczyną powstania platformy również była pandemia i jej konsekwencje, ale przyjęto inne rozwiązanie.

Sama idea platformy powstała w obliczu zamknięcia restauracji, gdy byliśmy skazani wyłącznie na sprzedaż z dowozem lub na wynos, za pośrednictwem globalnych platform typu Uber Eats czy Glovo, które z dnia na dzień zyskały monopol na sprzedaż z restauracji (PK02).

Ta pozycja dominująca platform zaczęła mocno doskwierać restauratorom, głównie ze względu na koszty dochodzące do 30–40% zamówienia. Powstała pilna potrzeba, żeby te koszty obniżyć.

Tak powstał knajp.pl który jest serwisem agregującym restauracje, stworzonym przez samych restauratorów, za pośrednictwem którego można zamówić jedzenie z restauracji w okolicy. Ten element agregacyjny udało nam się połączyć z narzędziem, które pozwala tę sprzedaż prowadzić bezprowizyjnie. Wówczas 100% kwoty trafia do restauratorów (PK02).

W przeciwieństwie do Zentrale (którego głównym celem było wsparcie kurierów), knajp.pl nie włączył do platformy usługi logistycznej, a dostarczenie zamówienia było w gestii poszczególnych restauracji.

To była taka idea, żeby wesprzeć naszych pracowników, których zatrudniamy, a dla których nie mamy pracy. Dostawami zajmowali się barmani, kelnerzy i wówczas nie musieliśmy ich zwalniać (PK02).

Brak efektu skali, który był główną przyczyną zawieszenia działalności przez Zentrale, udało się ominąć knajp.pl. Mimo że podobnie jak inne kooperatywy nowa platforma nie miała pieniędzy na marketing i działania promocyjne, to zastosowane działania (marketing szeptany wśród dotychczasowych klientów restauracji; wsparcie Miasta Stołecznego Warszawy i prezydenta Miasta, który zachęcał do wspierania knajp.pl w miejskich mediach społecznościowych, bezpłatna reklama platformy w środkach transportu miejskiego) przyniosły pożądany skutek. Wszystko to przełożyło się na popularność platformy bez konieczności ponoszenia kosztów na promocję. Biorąc wszystkie te fakty pod uwagę, działalność platformy można uznać za sukces.

Wygląda na to, że w tym kryzysie taka platforma była potrzebna. Z naszych statystyk wynika, że restauracje warszawskie korzystające z naszej platformy w ciągu roku zaoszczędziły ponad milion złotych. W samej Warszawie mamy ponad sto podmiotów, które realizują zamówienia wyłącznie przez knajp.pl (PK02).

Jednak, jak podkreśla rozmówca, założona kooperatywa wciąż jest traktowana jako rozwiązanie tymczasowe. Może się zdarzyć, że po pandemii narzędzie knajp.pl nie będzie potrzebne. Oznacza to, że w ich przypadku platformowy kooperatywizm był traktowany bardzo instrumentalnie: wyłącznie jako środek sprzeciwu wobec prowizji pobieranych od restauracji przez platformy korporacyjne.

Warto zaznaczyć, że platforma stworzona została przez restauratorów, którzy (co jest niezwykle rzadkie w tej branży) zjednoczyli swoje siły w obliczu kryzysu wywołanego pandemią. Ich celem nie było również (w przeciwieństwie do platform typu Glovo) zarabianie na platformie, a wręcz odwrotnie, została uruchomiona za prywatne środki i własnymi siłami.

Mimo wszystko, zarówno Zentrale, jak i knajp.pl nie odniosły sukcesu na miarę globalnych platform dostaw na jedzenie. Czy w ogóle jest możliwe, żeby konkurować z Big Techami na równych zasadach? Czy platformowe kooperatywy są realną alternatywą dla Uber Eats i innych gigantów z zachodnim kapitałem?

Jak podkreśla jeden z rozmówców, platformowe kooperatywy nie są i nigdy nie będą zagrożeniem ani nawet poważnym konkurentem dla wielkich aplikacji. Wszystkie globalne platformy, mimo strat finansowych, mają wciąż

nieograniczony dostęp do pieniędzy na marketing, reklamę i na zdobywanie kolejnych rynków. Platformowe kooperatywy nie mają środków na takie cele. Ale to nie jest tylko problem w Polsce, tylko raczej problem bezpośrednio związany z ideą kooperatywizmu platformowego. Tylko tam, gdzie się udało osiągnąć efekt skali (dużo zamówień, duża sieć kurierów), tam takie kooperatywy – przy istotnym wsparciu państwa – mogły przetrwać (np. hiszpański Mondragon <https://www.mondragon-corporation.com/en/>). Natomiast w większości przypadków ta skala jest bardzo niewielka i po jakimś czasie przestaje to być opłacalne.

Wszystkie znane mi spółdzielnie to jest skala 4–5 kurierów, na całe miasto typu Berlin. To działa, ale nie na 100%, to jest wsparcie dla tych 4–5 osób i o to chodzi, więc pod tym względem to się udaje, ale nie można w ogóle porównywać się do np. Deliveroo czy innych działających w Niemczech (PK01).

Otwartym pozostaje pytanie: czy tak musi być? Wydaje się, że mimo wszechobecnego przyspieszenia, na którym w szczególności skorzystały globalne platformy typu *food delivery* (w sytuacji, gdy reszta świata praktycznie się zatrzymała), to platformowy kooperatywizm jednak nie jest alternatywą w sektorze pracy platformowej. Idea spółdzielczości, która leży u podstaw tego typu przedsięwzięć, nie uległa przyspieszeniu ani w zakresie technologii (rozmówcy przyznają, że w porównaniu do aplikacji Big Tech byli nieatrakcyjni technologicznie dla – zwłaszcza młodego, przyzwyczajonego do wysokich standardów jakości – konsumenta), ani też w kontekście przemian społecznych. Ruch spółdzielczy w nowoczesnej odsłonie to ruch bardzo niszowy. Młodzi ludzie, którzy są najczęściej najbardziej pożądaną grupą docelową, nie dostrzegają jeszcze jego zalet, raczej widzą w nim coś, co jest zaprzeczeniem nowoczesności (mimo wielkich starań ze strony kooperatyw), a starsi konsumenci, którzy mogliby dostrzec zalety tego typu spółdzielczości, nie zawsze są na bieżąco z najnowszymi aplikacjami i bardzo trudno do nich dotrzeć.

W dłuższej perspektywie, wykraczającej poza czas pandemii, raczej niemożliwe jest odniesienie sukcesu bez odpowiednich środków przeznaczonych na promocję, której platformowe kooperatywy najczęściej nie mają, bo brakuje im strategicznych partnerów, którzy chcieliby ich wesprzeć w tym zakresie. Wydaje się, co udowodniło knajp.pl, że dobrym kierunkiem działania jest wchodzenie w relacje z samorządami, które też są zainteresowane wspieraniem przedsiębiorców na swoim terenie, a nie dokładaniem się do zysków globalnych korporacji. To właśnie kampanie prowadzone przez poszczególne miasta mogą wpłynąć na nawyki konsumpcyjne ich mieszkańców, którzy zamiast skorzystać z najbardziej popularnych aplikacji, wybiorą lokalne rozwiązania. To zwiększenie świadomości wśród konsumentów jest oczywiście trudne do zrealizowania przez kooperatywy platformowe, ale wspólnymi siłami łatwiej będzie przekonać społeczeństwo do zmiany w dłuższej perspektywie.

Zakończenie i wnioski

Trebor Scholz, jeden z czołowych badaczy platformowych kooperatyw, wskazuje na trzy główne grzechy globalnych platform na żądanie (Scholz 2018). Po pierwsze, dochodzi do zerwania umowy społecznej: krótkoterminowy model biznesowy stosowany przez wiodące platformy podważa umowę społeczną między pracownikami a przedsiębiorstwami (platformy chcą zarabiać na pośrednictwie, a reszta interakcji wynikających z działania aplikacji jest dla platform bez znaczenia). Po drugie, globalne platformy Big Tech zaostwiają nierówności społeczne: wspierając rozwój modelu gig economy podważają prawa pracownicze, co pogłębia systemowe nierówności społeczne (pracę platformową wykonują najczęściej migranci, albo osoby młode, które nie mogą znaleźć innej pracy). Wreszcie trzecia przyczyna leży w tzw. kapitalizmie nadzorczym: firmy Big Tech gromadzą ogromne ilości danych o użytkownikach i oferują niewielką przejrzystość tego, co dzieje się z tymi danymi – a to rodzi obawy o prywatność, bezpieczeństwo online czy wreszcie o monetyzację danych osobowych.

Dlatego, między innymi, tak ważne są platformowe kooperatywy. Są one przykładem, że istnieją alternatywne modele biznesowe w ramach gospodarki platformowej, chociaż ich powstanie nie zawsze kończy się z sukcesem (jak w przypadku Zentrale). Platformowe kooperatywy tworzą uczciwe i skuteczne antidotum na nadmierną dominację globalnych platform Big Tech, choć póki co odbywa się to głównie na małą skalę. Platformy spółdzielcze, które są własnością członków spółdzielni, mogą być prawdziwą alternatywą, przynoszącą długoterminowe korzyści społeczne i gospodarcze, zwłaszcza dla lokalnych społeczności. To może być jedna z odpowiedzi na niepożądane konsekwencje gig pracy. Kooperatywy pojawiają się najczęściej tam, gdzie z jakiegoś powodu zawodzi rynek i gdzie istnieje ryzyko dominacji, a demokratyczna własność jest naturalną odpowiedzią i wyrównaniem pola gry (Burnicka, Zygmuntowski 2019: 20). Jak pisze Simon Borkin (2019), platformowe kooperatywy stanowią drogę do bardziej sprawiedliwego i inkluzywnego wyniku, który przyniesie wymierne korzyści zarówno pracownikom, jak i konsumentom. Zrównoważony rozwój, solidarność i otwartość to wartości, które cyfrowe spółdzielnie stawiają w opozycji do zagrożeń i wyzysku stosowanego przez korporacje Big Tech. Główne zadanie, jakie stoi przed kooperatywami platformowymi, to przekonanie do siebie jak największej liczby konsumentów.

Odpowiedź na postawione pytanie badawcze nie jest jednoznaczna. Z jednej bowiem strony platformowe kooperatywy w odpowiednich warunkach mogą stać się alternatywą dla globalnych platform korporacyjnych, jednak z drugiej strony – przeanalizowane przypadki dowodzą, że jest to bardzo trudne i wymaga odpowiedniego wsparcia (np. ze strony samorządu), bo bez tego lokalne rozwiązania nie mają szans w starciu z Big Techami typu Uber czy Glovo.

Pandemia Sars-Cov-2 przyspieszyła (używając określenia Rosy) branżę dostaw jedzenia na żądanie, jednak odbyło się to z typowym dla tego modelu biznesowego pominięciem znaczenia pracownika (platformy korporacyjne niezmiennie deklarują, że ich rolą jest wyłącznie dostarczanie technologii). Jednocześnie dostępna alternatywa dla korporacyjnej pracy platformowej – w postaci kooperatyw platformowych – nie stanowi realnej konkurencji dla platform typu Uber Eats czy Glovo. Ich pojawienie się nie zmieniło, póki co, układu sił w tej branży.

Czy można gdzieś szukać przewagi oddolnych inicjatyw kooperatywnych w zestawieniu z gigantami Big Tech? Jak pisze Nathan Schneider, istnieją co najmniej dwie takie przewagi, które warto wziąć pod uwagę. Pierwsza z nich wynika z umiejętności współpracy, zdolności do odniesienia sukcesu tam, gdzie konwencjonalne rynki zawodzą oraz pośrednio wiąże się to z siłą utajoną w solidarności. Druga przewaga wypływa ze wspierania praktyk spółdzielczości przez rządy poszczególnych państw, które dostrzegając jej wartość dla społeczeństwa – decydują się ją wspierać i finansować (Schneider 2016: 14).

Bibliografia

- Alvarez-Palau, Eduard, Marta Viu-Roig, Josep Reixach Molet. 2020. How do food delivery platforms affect urban logistics? The case of Glovo in Barcelona as a preliminary Study. W: I. Ramos de Luna, À. Fitó-Bertran, J. Lladós-Masllorens, F. Liébana-Cabanillas, eds. *Sharing Economy and the Impact of Collaborative Consumption*. Hershey, PA: IGI Global, 221–236.
- Borkin, Simon. 2019. *Platform co-operatives – solving the capital conundrum*. Report. Nesta and Co-operatives UK.
- Burnicka, Anna, Jan Zygmuntowski. 2019. *#CoopTech: Platformowy kooperatywny jako silnik solidarnego rozwoju*. Warszawa: InStrat.
- Cant, Callum. 2019. *Riding for Deliveroo: Resistance in the New economy*. Cambridge: Polity.
- Cramer, Jude, Alan Krueger. 2016. Disruptive change in the taxi business: the case of Uber. *American Economic Review: Papers & Proceedings*, 106, 5: 177–82.
- Czaja, Izabela, Robert Śliwa. 2019. Kooperatywy – przedsiębiorcze formy organizacyjne w gospodarce lokalnej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 15, 1: 126–143.
- De Araujo Leão, Alessandro, Luciano Dos Santos Cabral, Rilmar Pereira Gomes, Bruno Pereira Gonçalves, Jean Lobo de Oliveira, David Barbosa de Alencar. 2019. Shared economy: A uber-eats case study in Manaus City. *International Journal for Innovation Education and Research*, 7, 11: 450–466.
- De Groen, Willem, Zachary Kilhoffer, Karolien Lenaerts, Irene Mandl. 2018. *Employment and Working Conditions of Selected Types of Platform Work*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

- De Stefano, Valerio. 2015. The rise of the 'just-in-time workforce': on-demand work, crowd work and labour protection in the "gig-economy". *SSRN Electronic Journal*, 71: 1–51.
- Drahokoupil, Jan, Agnieszka Piasna. 2019. Work in the Platform Economy: Deliveroo Riders in Belgium and the SMart Arrangement. *ETUI Working Paper 2019.01*, Bruksela: ETUI.
- Dunn, Michael. 2020. Making gigs work: Digital platforms. Job quality and worker motivations. *New Technology, Work and Employment*, 35, 2: 232–249.
- Falcón-Pérez, Carmen, Juana Fuentes-Perdomo. 2019. Improving social well-being through platform cooperativism. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 95: 161–190.
- Harmon, Ellie, M. Six Silberman. 2019. Rating Working Conditions on Digital Labor Platforms, *Computer Supported Cooperative Work*, 28: 911–960.
- Hua, Julietta, Kasturi Ray. 2018. Beyond the Precariat: Race, Gender, and Labor in the Taxi and Uber Economy. *Social Identities*, 24, 2: 271–289.
- Huws, Ursula, Neil Spencer, Simon Joyce. 2016. *Crowd Work in Europe*. Foundation for European Progressive Studies, Hertfordshire Business School.
- Ivanova, Mirela, Joanna Bronowicka, Eva Kocher, Anne Degner. 2018. The App as a Boss? Control and Autonomy in Application-Based Management. *Work in Progress interdyscyplinarnej Arbeitsforschung*, 2. Frankfurt: Viadrina.
- Jackson, Sam, Kathleen Kuehn. 2016. Open Source, Social Activism and "Necessary Trade-offs" in the Digital Enclosure: A Case Study of Platform Co-operative, *Loomio.org. TripleC*, 14, 2: 413–427.
- Kashyap, Rina, Anjali Bhatia. 2018. Taxi drivers and taxidars: a case study of Uber and Ola in Delhi. *Journal of Developing Societies*, 34, 2: 1–26.
- Kenner, Jeff. 2019. Uber drivers are workers: the expanding scope of the worker concept in the UKs gig economy. W: J. Kenner, I. Florczak, M. Otto, eds. *Precarious work: the challenge for labour law in Europe*. Edward Elgar Publishing, 197–221.
- Kessler, Sarah. 2019. *Fuchy, dzieła, zlecenia: praca przyszłości czy przyszłość pracy?* Warszawa: PWN.
- Kołtan, Jacek. 2020. Świat wysokich prędkości. Późna nowoczesność i teoria krytyczna Harmuta Rosy. W: H. Rosa. *Przyspieszenie, wyobcowanie, rezonans: projekt krytycznej teorii późnonowoczesnej czasowości*. Gdańsk: Europejskie Centrum Solidarności.
- Kulik, Wojciech. 2020. *Bolt Food startuje w Polsce. Kto (i za ile) może z niego skorzystać?* Dostęp 21.06.2021. <https://www.benchmark.pl/aktualnosci/bolt-food-w-polsce-ile-kosztuje-i-gdzie-juz-dziala.html>.
- McCann, Duncan, Edanur Yazici. 2018. *Disrupting together: the challenges (and opportunities) for platform cooperatives*. Raport. The New Economics Foundation.
- Monty, Renata. 2018. Creative economy: how the interface of Uber Eats and iFood could change your menu. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 15, 3: 413–419.
- Munn, Luke. 2019. Cash burning machine: Uber's logic of planetary expansion. *TripleC*, 17, 2: 1–17.

- Muszyński, Karol, Valeria Pulignano, Markieta Domecka, Adam Mrozowicki. 2021. Coping with precarity during COVID-19: A study of platform work in Poland. *International Labour Review*. First published: 10.06.2021.
- Parker, Geoffrey, Marshall van Alstyne, Sangeet Choudhary. 2016. *Platform revolution. How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. New York: Norton & Company.
- Pérotin, Virginie. 2015. *What do we really know about worker co-operatives?* Raport. Co-operatives UK.
- Pichault, François, Tui McKeown. 2019. Autonomy at work in the gig economy: analysing work status, work content and working conditions of independent professionals. *New Technology, Work and Employment*, 34, 1: 59–72.
- Piasna, Agnieszka, Jan Drahekoupil. 2019. Digital Labour in Central and Eastern Europe: Evidence from the ETUI Internet and Platform Work Survey. *ETUI Research Paper – Working Paper 2019.12*. Dostępne: www.etui.org/publications (28.04.2020).
- Polkowska, Dominika. 2019a. Uber jako socjo-techniczna sieć. Zastosowanie teorii aktora-sieci do analizy pracy platformowej. *Studia Socjologiczne*, 4, 235: 245–272. DOI 10.24425/sts/2019.126162.
- Polkowska, Dominika. 2019b. Does the App Contribute to the Precarization of Work? A Case of Uber Drivers in Poland. *Partecipazione e Conflitto*, 12, 3: 717–741.
- Polkowska, Dominika. 2021. Platform work during the COVID-19 pandemic: a case study of Glovo couriers in Poland. *European Societies*, 23, sup1: S321-S331. DOI 10.1080/14616696.2020.1826554.
- Rainie, Lee, Barry Wellman. 2012. *Networked: The New Social Operating System*. MIT Press: Cambridge, MA.
- Raj, Manav, Arun Sundararajan, Calum You. 2020. COVID-19 and Digital Resilience: Evidence from Uber Eats. *SSRN* 30.06.2020: <https://ssrn.com/abstract=3625638>.
- Rosa, Hartmut. 2012. Przyspieszenie społeczne. Etyczne i polityczne konsekwencje desynchronizacji społeczeństwa wysokich prędkości (przekład Dorota Chabraj-ska). *Ethos. Kwartalnik Instytutu Jana Pawła II KUL*, 25, 3 (99): 78–116.
- Rosa, Hartmut. 2020. *Przyspieszenie, wyobcowanie, rezonans: projekt krytycznej teorii późnonowoczesnej czasowości*. Przekład Jacek Kołtan. Gdańsk: Europejskie Centrum Solidarności.
- Rosenblat, Alex, Luke Stark. 2016. Algorithmic labor and information asymmetries: a case study of Uber's drivers. *International Journal of Communication*, 10: 3758–3784.
- Rozwadowska, Adriana, Piotr Szostak. 2020. Wyzyskują i kurierów, i restauratorów. W pandemii pieniądze płyną do Ubera, Wolta czy Pyszne.pl, nie do polskiej gastronomii. *Gazeta Wyborcza*, 23 listopada 2020 https://wyborcza.biz/biznes/7,159911,26528002,wyzyskuja-i-kurierow-i-restauratorow-w-pandemii-pieniadze.html?fbclid=IwAR27tWcxphNWzIKwVVStf2B89nnlKTrgZaOR71uz6Pjxi xVNIbk_vYUI.
- Schneider, Nathan. 2016. The meanings of words. W: T. Scholz, N. Schneider, eds. *Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, A New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*. New York-London: OR Books.

- Scholz, Trebor. 2014. Platform Cooperativism vs. the Sharing Economy, <https://medium.com/@trebors/platform-cooperativism-vs-the-sharing-economy-2ea737f1b5ad>, dostęp 21.06.2021.
- Scholz, Trebor. 2016. How Platform Cooperativism can unleash the network. W: T. Scholz, N. Schneider, eds. *Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism, A New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*. New York-London: OR Books.
- Scholz, Trebor. 2018. *Own This! A portfolio of platform co-operativism, in progress*. Dostęp 20.05.2021 https://s3.ap-southeast-2.amazonaws.com/hdp.au.prod.app.vic-engage.files/4215/5669/4856/Platform_Cooperativism_Consortium.pdf.
- Schoukens, Paul. 2020. Digitalisation and social security in the EU. The case of platform work: from work protection to income protection? *European Journal of Social Security*, 22, 4: 434–451.
- Sędek, Marcin. 2017. Sukces z dostawą do domu – historia Pyszne.pl. *Marketing Biznes*, dostęp 23.02.2021 <https://marketingibiznes.pl/start-up-zone/sukces-dostawa-domu-historia-pyszne-pl/>.
- Stewart, Andrew, Jim Stanford. 2017, Regulating Work in the Gig Economy: What Are the Options? *Economic and Labour Relations Review*, 28, 3: 420–37.
- Szczepański, Jan. 1961. Uwagi o przedmiocie i zadaniach socjologii pracy. W: B. Biegeleisen-Żelazowski, T. Tomaszewski, A. Sarapata, J. Rosner, red. *Jak pracuje człowiek. Z badań polskich psychologów, socjologów i ekonomistów*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Śledziewska, Katarzyna, Renata Włoch. 2020. *Gospodarka cyfrowa. Jak nowe technologie zmieniają świat*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Umer, Hamza. 2021. Illusory freedom of physical platform workers: Insights from Uber Eats in Japan. *The Economic and Labour Relations Review*, Online first, 1–16.
- Wood, Alex, Mark Graham, Vili Lehdonvirta, Isis Hjorth. 2019. Good gig, bad gig: autonomy and algorithmic control in the global gig economy. *Work, Employment and Society*, 33, 1: 56–75.
- Zhu, Jiang, Olivera Marjanovic. 2021. A Different Kind of Sharing Economy: A Literature Review of Platform Cooperatives. *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences*, https://hdl.handle.net/10125/71119_978-0-9981331-4-0_4128-4137.
- Zwick, Austin. 2018. Welcome to the Gig Economy: Neoliberal Industrial Relations and the Case of Uber. *GeoJournal*, 83, 4 :679–91.
- Zygmuntowski, Jan. 2018. Commoning in the Digital Era: Platform Cooperativism as a Counter to Cognitive Capitalism. *Praktyka Teoretyczna*, 1, 27: 168–192.
- Zygmuntowski, Jan. 2020. *Kapitalizm sieci*. Warszawa: Rozruch.