

Рынок услуг по уходу за детьми в условиях гиг-экономики: трудовые траектории и особенности цифрового поведения бебиситтеров KidsOut

Научный руководитель – Сивак Елизавета Викторовна

Артамонова Анна Сергеевна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия

E-mail: anna.sergeevna.artamonova@yandex.ru

В последнее время наблюдается стремительное развитие платформенной экономики (или гиг-экономики). Как правило, такие платформы используются для подбора рабочей силы и поиска клиентов, что обеспечивает гибкость работникам, облегчает прямые транзакции между участниками платформы [4]. Одной из сфер, внедренных в платформенные условия, является сфера услуг по уходу за детьми. Это связано с тем, что с переходом к капиталистическому укладу происходит коммерциализация сферы заботы о детях. И это проявляется в активном использовании родителями услуг частных нянь, дополнительных развивающих центров и др. [2].

Рынок услуг по уходу за детьми развивается и становится более доступным и разнообразным для родителей. До появления рыночных отношений в сегмент услуг по присмотру и уходу за детьми дошкольного возраста входил государственный сектор (детские сады) и неформальный рынок услуг нянь (только в крупных городах), ресурсы расширенной семьи [1]. Возможностей для временных услуг по присмотру за детьми не было. С переходом к рыночным отношениям и с сокращением мест в детских садах спектр услуг по присмотру за детьми стал расширяться, родители могли отдавать ребенка в частные сады, нанимать нянь, гувернеров и др, но краткосрочные услуги по присмотру за детьми не были распространенными. А с развитием цифровых технологий такие услуги стало возможно реализовывать систематично, это позволило организовать площадку для удобного соединения спроса и предложения. В таком формате сейчас реализуется рынок бебиситтинга на платформе KidsOut. Бебиситтеры - это в большинстве случаев молодые люди, которые следят за безопасностью ребенка. Услуги бебиситтинга, как правило, не предусматривают долгосрочное сотрудничество с семьями в отличие от услуг нянь.

По сути, рынок бебиситтинга является отчасти неформальным, т.к. отсутствуют гарантии успешной сделки как у родителей, так и у бебиситтеров. Данный рынок опирается на доверие двух сторон. Институционализация этого рынка происходит благодаря интернет-площадкам. Например, на платформе KidsOut организаторы услуг не требуют от кандидатов профильного образования, для них достаточно прохождения краткосрочного курса и собеседования с психологом, а успешно прошедшие отборочные испытания бебиситтеры самостоятельно перечисляют условия, по которым они готовы работать.

В нашем исследовании эмпирическим объектом выступают бебиситтеры с популярной среди родителей платформы KidsOut.

В работе исследуются следующие аспекты:

1. Нас интересует, как бебиситтеры ведут себя в условиях цифрового рынка, с какими трудностями встречаются, какие есть механизмы защиты интересов бебиситтеров. В силу того, что этот рынок основан на платформе, его регулирование не развито, бебиситтерам приходится подстраиваться под неформальные нормы, которые сложились в процессе становления рынка. Отметим также, гиг-экономика, как правило, не обеспечивает социальную защиту для работников [3]. Все это создает некую неопределенность

бэбиситтерам при возникновении нестандартных ситуаций. Поэтому в ходе исследования выясняется, почему бэбиситтеры выбрали данный вид занятости и как долго планируют им заниматься, и как они защищают свои интересы в неопределенных ситуациях.

2. Мы исследуем, какие требования ставят бэбиситтеры перед родителями при входе на данный рынок и изменялись ли они в процессе их деятельности, какие сигналы помогают бэбиситтерам делать выбор в пользу определенных родителей и наоборот.

3. В диджитал-условиях очень важно правильно себя подать, создать свой образ, это напрямую влияет на спрос. Бэбиситтеры находятся в таких условиях, что им нужно показать свои хорошие качества и при этом выделиться среди таких же хорошо зарекомендовавших себя бэбиситтеров. Самопрезентация играет важную роль на первых этапах поиска родителей. Помимо того, что бэбиситтерам необходимо заботиться о своей репутации непосредственно во время оказания услуги, им дополнительно нужно уделять внимание и репутации на платформе. В большинстве случаев на платформах есть репутационные маркеры: отзывы пользователей, рейтинг работника, что в дальнейшем может повлиять на его спрос. Нас интересует стратегия самопрезентации бэбиситтера и их отношение к репутационным маркерам, расположенным на сайте.

4. Мы предполагаем, что в данной сфере присутствует «цифровая эмоциональная работа», т.е. эмоциональная работа, связанная с удаленным общением бэбиситтеров с родителями, с системой поддержки, а также связанная с опасениями бэбиситтеров получить негативный отзыв на сайте после заказа.

Исследование строилось в качественной парадигме: анализировались анкеты бэбиситтеров на сайте KidsOut, проводилось полуструктурированное интервью с бэбиситтерами KidsOut.

Источники и литература

- 1 – Галиндабаева В.В. Институты и их роль в снижении неопределенности на рынке услуг по уходу за детьми // Экономическая социология. Т. 11. No. 5. Ноябрь 2010. С. 108-122
- 2 - Сивак Е. Бэбиситтеры: уберизация заботы о детях. В кн.: Критическая социология заботы: перекрёстки социального неравенства. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2019. С. 193-215
- 3 - Fabo B., Karanovic J., Dukova K. In search of an adequate European policy response to the platform economy // Transfer. Vol. 23(2). 2017. P. 163-175
- 4 – Schwellnus C., Geva A., Pak M., Veiel R. Gig economy platforms: Boon or bane? // OECD Publishing. ECO/WKP. No 19. 2019. P. 1-33