

Прикладная эконометрика, 2021, т. 61, с. 62–88.

Applied Econometrics, 2021, v. 61, pp. 62–88.

DOI: 10.22394/1993-7601-2021-61-62-88

В. В. Карачаровский, Е. С. Вакуленко¹

Подходы к измерению теневой цены индивидуальных каналов мобильности по заработной плате

Статья посвящена моделированию ожидаемого работниками в долгосрочном периоде уровня заработной платы в зависимости от событий в их жизни или в обществе (каналов мобильности по заработной плате), с ориентацией на которые формируются соответствующие ожидания. Для разных типов каналов мобильности рассчитывается теневая цена как стоимостное выражение сложившихся среди работников представлений об их ожидаемой выгоде либо возникающих у работодателей, государства или общества издержек в связи с необходимостью сохранения легитимности соответствующих каналов в глазах работников. Предлагаются два подхода к измерению теневой цены: (а) как социальной характеристики, отражающей отличие ожиданий, связанных с использованием каналов мобильности, от нижней границы общественных ожиданий; (б) как характеристики, учитывающей различие индивидуальных ожиданий и прогноза заработной платы, построенного исходя из минимальных жизненных шансов индивида на рынке труда. Наряду с классическими каналами мобильности по заработной плате, рассматриваются каналы, связанные с расчетом на «охранительную» политику государства по отношению к материальному благополучию работников. Анализ базируется на данных массового опроса населения на основе общероссийской репрезентативной квотной выборки.

Ключевые слова: теневая цена; социальная мобильность; социальные изменения; заработная плата; рациональные ожидания; адаптивные ожидания.

JEL classification: J31; J38; D84; Z13.

1. Введение

Мобильность является одним из системообразующих факторов, управляющих развитием рынка труда. Данному вопросу посвящены крупные комплексные исследования (Мобильность и стабильность..., 2017), в которых отдельное внимание уделяется мобильности по заработной плате (Лукьянова, 2017). У рассматриваемого феномена есть две стороны, одна из которых — рыночные эффекты, создаваемые

¹ Карачаровский Владимир Владимирович — Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва; vvk@hse.ru.

Вакуленко Елена Сергеевна — Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва; evakulenko@hse.ru.