

Консорциум экономических исследований и образования  
Серия "Научные доклады"

## **Выбор каналов поиска работы на российском рынке труда**

**С.Ю. Роцин  
К.В. Маркова**

**Научный доклад № 04/05**

Проект (№ 02-080) реализован при поддержке  
Консорциума экономических исследований и образования

Мнение авторов может не совпадать с точкой зрения Консорциума

Доклад публикуется в рамках направления  
**Рынки труда и социальная политика**

© С.Ю. Роцин, К.В. Маркова 2004

**Классификация JEL:** J64

**РОЩИН С.Ю., МАРКОВА К.В. Выбор каналов поиска работы на российском рынке труда.** — Москва: EERC, 2004. — 66 с.

В работе проводится эмпирический анализ проблемы выбора способов поиска работы на российском рынке труда на данных RLMS 1994–2001 гг. На основе модели поиска работы, учитывающей бюджетные ограничения и ограничения времени, строятся эконометрические оценки выбора каналов поиска работы, исследуется выбор числа используемых каналов поиска. В работе построена типология стратегий поиска, и оценивается влияние различных параметров на выбор типа стратегии. Полученные результаты подтверждают влияние профессии, бюджетных ограничений, демографических и этнических характеристик, периода незанятости, напряженности на рынке труда на выбор способов поиска. Проводится анализ эффективности поиска в зависимости от выбранной стратегии. Установлено, что более эффективны стратегии, использующие социальные сети и большее количество каналов поиска.

**Ключевые слова.** Россия, поиск работы, способы поиска, стратегии поиска, интенсивность поиска, эффективность поиска работы.

**Благодарности.** Авторы благодарны Хартмуту Леманну, Михаилу Соллогубу, Кларе Сабирьяновой и участникам семинаров EERC 2002–2003 гг. в Киеве и Москве за содержательную критику и рекомендации.

**Сергей Юрьевич Рощин**  
**Ксения Викторовна Маркова**

Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова  
Кафедра экономики труда и персонала  
119992 Москва, Воробьевы горы, МГУ, 2-й корпус

Тел.: (095) 939 18 45

Факс: (095) 939 08 77

E-mail: roshchin@aha.ru, roshchin@mail.econ.msu.ru, forksenya@yandex.ru

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>ОСНОВНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И ВЫВОДЫ</b>	<b>4</b>
<b>1. ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>5</b>
<b>2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ</b>	<b>6</b>
<b>3. СПОСОБЫ И СТРАТЕГИИ ПОИСКА РАБОТЫ</b>	<b>9</b>
3.1. Характеристика каналов поиска	<b>9</b>
3.2. Масштабы использования каналов поиска работы	<b>14</b>
3.3. Стратегии поиска	<b>16</b>
3.4. Интенсивность и количество каналов поиска	<b>20</b>
<b>4. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ГИПОТЕЗЫ</b>	<b>22</b>
<b>5. ДАННЫЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ</b>	<b>24</b>
5.1. Спецификация модели	<b>24</b>
5.2. Выбор каналов поиска работы	<b>25</b>
5.3. Выбор стратегий поиска работы	<b>28</b>
5.4. Выбор количества каналов поиска работы	<b>30</b>
<b>6. ЭФФЕКТИВНОСТЬ СТРАТЕГИЙ ПОИСКА БЕЗРАБОТНЫМИ</b>	<b>32</b>
<b>7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	<b>34</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ</b>	<b>37</b>
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</b>	<b>65</b>

## **ОСНОВНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ И ВЫВОДЫ**

Цель данного исследования — анализ процесса и факторов выбора способов поиска работы на российском рынке труда, как безработными, так и работающими. Важность исследования определяется тем, что понимание механизма и детерминант выбора способов поиска работы позволяет повысить эффективность и адресность работы формальных посредников на рынке труда, в том числе и государственной службы занятости, сформировать подходы к оценке эффективности деятельности государственной службы занятости.

Теоретической основой исследования являлись модели поиска работы, учитывающие наличие и выбор различных способов поиска работы, разработанные в современной экономической теории труда. Для эмпирического анализа использовались данные семи раундов Российского мониторинга экономики и здоровья (РМЭЗ) за 1994–2001 гг.

В работе построена типология стратегий поиска. Были выдвинуты и проверялись несколько гипотез: о влиянии на выбор каналов и стратегий поиска работы временных и бюджетных ограничений безработных и работающих, профессиональных характеристик, продолжительности незанятости, характеристик локального рынка труда. Полученные результаты частично подтвердили основные гипотезы. В работе также проведен анализ эффективности поиска в зависимости от выбранной стратегии. Установлено, что более эффективны стратегии, использующие социальные сети и большее количество каналов поиска, и что экономическая детерминированность выбора способов поиска определяется не столько важностью ресурсных ограничений, сколько ожидаемой эффективностью способа поиска работы.

## 1. ВВЕДЕНИЕ

Проблема поиска работы является следствием неполноты информации и неопределенности, которые существуют на рынке труда. Процесс поиска работы является важной составляющей функционирования этого рынка. Он обеспечивает пересечение требований работника к рабочему месту с реальными возможностями, которые предоставляет работодатель. В совокупности со встречным процессом — поиском работников на замещение вакантных рабочих мест со стороны работодателей, — особенности данного процесса определяют характеристики равновесия на рынке труда.

В теоретических моделях равновесие на рынке труда — результат взаимодействия спроса на труд и предложения труда, часто выглядит просто как пересечение двух кривых на графике. Но в реальности процесс пересечения спроса и предложения имеет свою институциональную, пространственную и временную определенность. Он связан с определенными рода издержками, которые, по сути, являются одним из видов транзакционных издержек. И то, как устроен процесс поиска, влияет на результаты и скорость подстройки спроса и предложения на рынке труда.

Институциональная структура рынка труда предполагает, что поиск работы может происходить различными способами. Наиболее распространенные из них следующие: 1) обращение в органы государственной службы занятости (ГСЗ); 2) обращение в негосударственные агентства; 3) помощь друзей и знакомых; 4) помощь родственников; 5) непосредственное обращение к работодателю, в фирму; 6) просмотр объявлений о вакансиях или размещение объявлений о поиске работы в средствах массовой информации, в том числе в интернете.

Как люди ищут работу? От каких факторов зависит выбор ими способов поиска работы, и можем ли мы наблюдать устойчивые стратегии поиска? Различаются ли способы поиска работы для различных социально-демографических и профессиональных групп? Что определяет рациональные стратегии поиска? От ответов на эти вопросы зависит возможность проведения политики, способствующей повышению эффективности трудового посредничества и уменьшению транзакционных издержек на рынке труда. Интерес к этим проблемам имеет не отвлеченный характер. Уже больше ста лет многие государства создают и поддерживают структуры, способствующие по-

средничеству на рынке труда — государственные службы занятости. Какова эффективность подобных структур в сравнении с другими способами поиска работы? Оказывают ли они реальную помощь в поиске работы, и если да, то каким работникам? С середины прошлого столетия во многих странах также активно развиваются негосударственные рекрутинговые агентства. Влияют ли эти организации на эффективность поиска работы, и какой сегмент рынка они обслуживают?

Все эти вопросы актуальны для российской экономики, так как на протяжении последних десяти лет инфраструктура рынка труда активно формировалась вместе с самим рынком труда, и вопрос об их эффективности пока еще мало исследован. Так, например, данные об эффективности формальных посредников в этот период весьма противоречивы. С одной стороны, данные свидетельствуют об увеличении эффективности работы государственной службы занятости — коэффициент трудоустройства устойчиво рос. С другой стороны, в последние годы наблюдается снижение доли обращающихся в государственную службу занятости при поиске работы, при этом доля тех, кто использует социальные сети, растет.

Таким образом, целью настоящего исследования является эмпирический анализ процесса выбора каналов и стратегий поиска работы на российском рынке труда, выявление факторов, определяющих этот выбор.

Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

- выявить социально-демографические и экономические факторы, влияющие на выбор отдельных каналов поиска работы;
- построить типологию стратегий поиска работы и оценить влияние отдельных факторов на их выбор;
- выявить социально-демографические и экономические факторы, влияющие на интенсивность процесса поиска работы;
- оценить влияние выбранной стратегии поиска на эффективность поиска работы, вероятность трудоустройства.

## **2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ**

Теоретические концепции, лежащие в основе анализа выбора стратегий поиска работы, получили свое развитие в двух основных направлениях. Одно из направлений фокусируется на моделировании

процесса поиска в целом (без учета существования различных институциональных альтернатив поиска). Основной акцент в этих теоретических работах делается на исследовании длительности поиска и факторов, влияющих на нее. Основные результаты развития данной теоретической модели поиска работы представлены в исследованиях Бёдетта, Мортенсена, МакКенны, Лэйарда и др. (Burdett, 1994; Mortensen, 1986; McKenna, 1990; Layard, 1991). В недавних работах Мортенсена и Писсаридеса содержатся последние обобщения достижений в области разработки данного типа теоретических моделей (Mortensen, Pissarides, 1999), где также значительное внимание уделяется вопросам моделирования общего равновесия как результата поисковых усилий со стороны ищущих работу, с одной стороны, и работодателей — с другой. Ван ден Берг (Van den Berg, 1999) проводит анализ особенностей применения равновесных моделей поиска работы в эмпирических исследованиях.

Теоретические модели второго направления фокусируются на проблеме поиска работы с учетом существования различных каналов — институциональных альтернатив поиска и, соответственно, на проблеме выбора этих альтернатив. Основные результаты развития данного теоретического направления представлены в работах Холзера, Блау и Робинса, Ван ден Берга и др. (Holzer, 1987, 1988; Blau, Robins, 1990; Koning, Van den Berg, Rider, 1997; Van den Berg, Van der Klaauw, 2001). В них рассматриваются теоретические подходы к анализу выбора методов поиска. Основной вклад в развитие данного вида моделей поиска работы был сделан Х. Холзером. Он впервые предложил теоретическую модель выбора каналов поиска работы, который зависит от величины ожидаемой отдачи и издержек по каждому каналу, а также от общей величины нетрудового дохода индивида. Блау и Робинс исследуют модель влияния выбора методов поиска, количества контактов, уровня поступления предложений, а также принятия/непринятия предложения о работе на вероятность трудоустройства (Blau, Robins, 1990). Ван ден Берг (Van den Berg, Van der Klaauw, 2001) исследует теоретическую модель выбора между двумя каналами поиска: формальным и неформальным, предполагая одновременное распределение усилий поиска между каналами и определение резервной заработной платы.

В некоторых работах исследуется эффективность отдельных способов поиска работы. Так Монтгомери (Montgomery, 1991) анализирует важность социальных связей с точки зрения результативности процесса поиска в рамках равновесной модели поиска с учетом интересов, как работников, так и работодателей. Кух и Скутеруд (Kuhn, Skuterud, 2001) исследуют поиск работы с помощью интер-

нета, Линдебум, ван Ауэз, Рениз (Lindeboom, 1994) рассматривают вопросы эффективности трех каналов поиска — объявлений в СМИ, обращений в ГСЗ и неформальных методов поиска. В работе Водсворта (Wadsworth, 1991) проводится анализ влияния получения пособия по безработице на процесс поиска работы через ГСЗ.

Осберг, Аддисон и Португал, Бохейм и Тейлор проводят сравнительный анализ различных способов поиска работы для Канады, Португалии и Великобритании, соответственно (Osberg, 1993; Addison, Portugal, 2001; Boheim, Taylor, 2001). В этих работах, помимо теоретических вопросов, большое внимание уделяется эконометрическому анализу панельных данных.

Основные эмпирические оценки, полученные в рассматриваемых работах, следующие. Холзер (Holzer, 1988), опираясь на разработанную им теоретическую модель, эмпирически оценил факторы выбора различных методов поиска, а также влияние каналов на результаты процесса поиска работы для безработных молодых мужчин в возрасте от 16 до 23 лет в США. Он установил, что методы поиска, используемые наиболее часто (такие как помощь друзей, родственников и обращения непосредственно к работодателю), являются наиболее результативными с точки зрения поступления и принятия предложений, а выбор каналов поиска зависит от характеристик самих безработных.

Оценки Осберга (Osberg, 1993) по безработным для Канады показывают, что относительные масштабы использования тех или иных каналов поиска работы меняются в рамках бизнес-цикла, поскольку соотношение выгоды/издержки по каждому из каналов меняются в зависимости от стадии бизнес-цикла. В частности, в 1983 г. на этапе рецессии ГСЗ обеспечивала значительную отдачу для части безработных, в то время как в период с относительно низким средним уровнем безработицы ГСЗ не обеспечивала каких-либо значительных выгод ни для одной группы безработных.

В работе Аддисона и Португала (Addison, Portugal, 2001) для Португалии установлено, что использование ГСЗ при поиске работы характеризуется низким уровнем успеха, и в целом обеспечивает доступ к "плохим" рабочим местам (с более низкой зарплатой и более коротким периодом занятости) по сравнению с другими способами поиска.

В работе Бохейма и Тейлора (Boheim, Taylor, 2001), наиболее близкой по структуре и целям нашему исследованию, исследуется выбор способа поиска работы безработными мужчинами в Великобритании. Авторы пришли к выводам, что безработные в основном ис-



пользуют смешанные стратегии поиска и интенсивность поиска работы положительно влияет на вероятность трудоустройства. Основными детерминантами выбора и успешности стратегии поиска являются возраст, уровень образования, продолжительность безработицы, характеристики семьи и локального рынка труда, а также ненаблюдаемые характеристики безработных.

В российской экономической литературе исследования, затрагивающие проблему поиска работы и выбора стратегий поиска, представлены в гораздо меньшей степени. Наибольший интерес представляют исследования, проведенные в рамках проекта ИСИТО (под ред. Кабалиной, Козиной, 2000), в которых был проведен сравнительный анализ обращения в ГСЗ и негосударственные агентства. Необходимо также отметить работу Якубовича (2002), в которой на оригинальных данных исследуется важность социальных сетей для поиска работы и найма работников в условиях современного российского рынка труда, и работу Матвеевко, Савельева (2003), в рамках которой используется аппарат регрессионного анализа для выявления факторов, влияющих на выбор способов поиска работы на российском рынке труда. Отметим, что предметом всех предыдущих исследований по российскому рынку труда являлся поиск работы только со стороны безработных, а процесс поиска работы со стороны работающих не анализировался совсем.

### **3. СПОСОБЫ И СТРАТЕГИИ ПОИСКА РАБОТЫ**

#### **3.1. Характеристика каналов поиска**

Выделенные шесть каналов поиска работы обладают различными характеристиками и возможностями для поиска. Опишем их подробнее с учетом того, как они развивались в российской экономике (см. табл. 1).

*Государственная служба занятости.* До 1992 г. такого института трудового посредничества на российском рынке труда не было. В советской экономике существовали бюро по трудоустройству, но круг их задач и возможностей был существенно уже. Основной период становления государственной службы занятости 1992–1993 гг., когда было создано около 2400 центров занятости по всей России. Данные свидетельствуют, что, за весь период существования государственной службы занятости, доля трудоустроенных, среди всех обратившихся (коэффициент трудоустройства), устойчиво повышалась (Приложение, табл. 3). Таким образом, если рассматривать эффектив-

ность (результативность) канала, только как факт трудоустройства, то можно сделать вывод, что эффективность этого способа поиска работы росла. В среднем за период с 1992 по 2001 г. коэффициент трудоустройства увеличился более чем в два раза — от 30% до 68%. В то же время количество обращений в государственную службу занятости не было стабильным. По количеству всех обратившихся пик приходится на 1995–1996 гг., затем происходит снижение этого показателя, но в 2001 г. произошел опять резкий рост обращений.

**Таблица 1.** Сравнительные характеристики каналов поиска работы

Каналы поиска	Затраты времени	Стоимость
ГСЗ	высокие	бесплатно, для безработных снижение издержек за счет пособия
Негосударственные агентства	высокие	относительно высокая
Друзья	невысокие	бесплатно
Родственники	невысокие	бесплатно
Обращение на предприятие	высокие	бесплатно
СМИ	невысокие	невысокая

Каналы поиска	Профессиональная специализированность	Дополнит. возможности
ГСЗ	в большей степени рабочие специальности, специальности относительно невысокой квалификации.	нет (для безработных участие в программах)
Негосударственные агентства	в большей степени специалисты с высшим образованием, среднего должностного уровня.	нет
Друзья	универсальный	протекция
Родственники	универсальный	протекция
Обращение на предприятие	универсальный	нет
СМИ	специалисты среднего должностного уровня, рабочие специальности массового спроса	нет

Для безработных ГСЗ как канал поиска работы связана с малыми затратами средств, даже наоборот, возможно получение пособия по безработице. Но использование этого канала предполагает относительно высокие затраты времени, посещение центров занятости, беседы с консультантами. В то же время, использование ГСЗ более эффективно для рабочих, чем для специалистов, так как структура вакансий в государственных центрах занятости с 1996 г. больше смещена в пользу рабочих специальностей. Для занятых выгоды от обращения в ГСЗ меньше, чем для безработных.

*Негосударственные агентства.* Рынок услуг по подбору персонала и по трудоустройству начал формироваться в России в начале 1990-х годов. Он бурно развивался с единичных фирм до целой развитой отрасли. Если в 1990 г. рекрутинговых агентств в Москве было 4, то в 1993 г. — уже 20, в 1994 г. — более 100, а в 2000 г. — свыше 250. За это время рынок услуг по подбору персонала развивался не только в Москве. В справочнике 1998 г. кроме Москвы был представлен обзор этого рынка еще в шести крупных городах (*Услуги по подбору персонала*, 1998). В настоящее время рекрутинговые агентства есть практически в каждом областном центре и общая их численность в России больше 700 агентств.

Негосударственные агентства бывают двух типов. Первые — те, которые занимаются рекрутингом, то есть выполняют услуги предприятий по подбору персоналу. В этом случае их услуги оплачивает предприятие, а с ищущего работу плата не берется. Вторые — те, которые занимаются трудоустройством. В этом случае услуга предоставляется человеку, ищущему работу, он же и оплачивает ее. Поэтому, использование негосударственных агентств для поиска работы иногда связано с денежными издержками, но не во всех случаях. Использование негосударственных агентств связано также с временными издержками, которые в последнее время существенно снижаются за счет использования интернет-технологий. Негосударственные агентства в большей степени ориентированы на профессии, наиболее востребованные на рынке труда, профессии среднего уровня, специалистов, или рабочие профессии массового спроса.

*Обращение к друзьям.* Обращение к друзьям относится к традиционным каналам поиска работы и опирается на существующие неформальные социальные сети и связи. По сравнению с другими каналами обращение к друзьям предполагает незначительные затраты времени и средств и с этой стороны выглядит общедоступным и эффективным. Эффективность этого канала заключается также в том, что он может не просто предоставлять информацию о вакансии

(рекомендация), но и подразумевать наличие обязательств (протекция), определенную степень гарантированности трудоустройства (Козина, 1999).

Эффективность социальных сетей при поиске работы зависит от экономической ситуации, от того, какое служебное и профессиональное положение занимают друзья, насколько прочно их экономическое положение. Поэтому можно ожидать, что ухудшение экономической ситуации снижает ценность этого канала поиска, так как менее благоприятная экономическая ситуация существенно сужает возможности дружеского трудоустройства.

*Обращение к родственникам.* Обращение к родственникам как канал поиска работы по своим характеристикам близко к обращению к друзьям. Для этого канала поиска также характерны небольшие затраты времени и отсутствие денежных издержек. Единственное различие заключается в характере используемых социальных сетей. Родственников, как правило, меньше, чем знакомых, поэтому этот канал обеспечивает доступ к меньшему количеству потенциальных рабочих мест. Но для некоторых социальных и этнических групп плотность родственных связей может быть существенно выше, чем в среднем. Более тесные родственные связи характерны для традиционных, тейповых взаимоотношений, восточных и кавказских национальностей, и в меньшей степени присущи европейским народам.

*Обращение непосредственно на предприятие.* Обращение на предприятие как канал поиска, связано с существенными затратами времени, но не требует значительных затрат средств. Использование этого канала оставляет открытым вопрос об источниках информации о возможных работодателях. Это могут быть и СМИ. Тогда эти два канала поиска являются взаимодополняющими и реализуются в рамках одной смешанной стратегии поиска. Это могут быть и профессиональные связи, накопление информации за время предшествующей трудовой деятельности, и предварительная информация, полученная от друзей и родственников, но не обеспечивающая никакой предварительной протекции. Использование этого канала зависит от экономической ситуации, для того чтобы обращения на предприятия были эффективны, необходимо, чтобы последние успешно функционировали и предъявляли спрос на работников.

*Использование средств массовой информации.* За 1990-е годы сформировался рынок СМИ, специализирующихся на трудовом посредничестве, а на рубеже 1998–1999 гг. он стал активно дополняться использованием возможностей интернета. Этот рынок не-

равномерно представлен по регионам и типам поселений. Можно выделить четыре типа городов, различающихся по масштабам использования СМИ для трудового посредничества (*Услуги по подбору персонала*, 1998): Москва и Санкт-Петербург, крупные города — региональные центры экономической активности (например, Екатеринбург, Новосибирск, Нижний Новгород, Самара, Владивосток), областные центры с низкой экономической активностью (например, Брянск, Смоленск), малые города. СМИ развиваются, в первую очередь, в первых двух типах городов.

С точки зрения ищущего работу, СМИ как канал поиска требуют определенных затрат времени и денег, но эти затраты, как правило, не слишком значительны. При этом в СМИ, как правило, больше представлены вакансии среднего уровня, больше вакансий специалистов и меньше вакансий рабочих, вакансии массовых профессий среднего и нижнего уровня должностной иерархии.

Среди каналов поиска выделяют формальные и неформальные. Под *формальными каналами* понимаются те, которые реализуются с помощью формальных посредников на рынке труда, к которым относятся ГСЗ и негосударственные агентства. Каналы "помощь родственников", "помощь друзей и знакомых", а также "непосредственное обращение к работодателю, в фирму" рассматриваются как *неформальные*. В настоящее время в рамках как в западных, так и в отечественных исследованиях существует традиция считать поиск работы через СМИ также формальным каналом, исходя из того, что в этом случае присутствует институциональный информационный посредник — специализированное средство массовой информации, публикующее на своих печатных и/или виртуальных web-страницах объявления о вакансиях и поиске работы (Van den Berg, 2001; Козина, 1999). На наш взгляд, СМИ может быть отнесено как к формальным, так и к неформальным каналам поиска (как и в работе Holzer, 1988), поскольку в данном случае роль формального посредника в процессе поиска гораздо меньше, чем при использовании услуг ГСЗ и негосударственных агентств, где поиск ведет не только ищущий работу индивид, но и специалист, консультант. Вместе с тем, использование услуг СМИ при поиске работы предполагает самостоятельность и индивидуальную активность, в силу чего данный канал близок по типу поиска к обращению на предприятия.

Поэтому в дальнейшем в работе мы будем к неформальным каналам относить обращения к друзьям, родственникам, непосредственно на предприятия и к услугам СМИ, а к формальным — обращения в государственную службу занятости и негосударственные агентства.

### 3.2. Масштабы использования каналов поиска работы

Для сравнительного анализа масштабов использования каналов поиска работы среди безработных мы располагаем двумя источниками информации: данными Госкомстата РФ, полученными на основе обследования населения по проблемам занятости (ОНПЗ), которое проводится с 1992 г., и данными Российского мониторинга экономики и здоровья (РМЭЗ) за 1994–2001 гг. Данные РМЭЗ позволяют достаточно точно выделить совокупность безработных по методологии МОТ<sup>1</sup>. Совокупность незанятых определяется по ответу на вопрос "Есть ли у Вас сейчас работа, Вы находитесь в оплачиваемом или неоплачиваемом отпуске, или у Вас нет работы?", если респондент ответил, что у него нет работы на момент опроса. Необходимо заметить, что при этом у респондента могут быть регулярные или нерегулярные приработки, наличие которых в данном исследовании мы не считаем "полноценной" занятостью и не учитываем этот фактор при определении статуса занятости индивида. Далее из совокупности незанятых выделяются ищущие работу, при этом используется ответ на вопрос "Вы обращались куда-нибудь или к кому-нибудь в поисках работы в течение последних 30 дней?". Третий (и последний) критерий в определении безработицы по МОТ — готовность приступить к работе, — база РМЭЗ также позволяет учесть благодаря наличию вопроса "Если бы на прошлой неделе Вам предложили подходящую работу, Вы смогли бы приступить к ней сразу?". Однако данный вопрос появился только в VIII раунде исследования (1998 г.), поэтому более ранние раунды (V–VII) не дают возможности выделить совокупность безработных с учетом всех трех критериев. Учитывая, что подавляющее большинство безработных, выделенных лишь при помощи первых двух критериев, удовлетворяют и третьему критерию (табл. 2), можно сделать вывод, что возможное смещение результатов в виду отсутствия третьего ограничения будет незначительным. Поэтому в данном исследовании совокупность безработных (по данным РМЭЗ) определяется без учета третьего условия — готовности приступить к работе<sup>2</sup>.

Данные РМЭЗ содержат информацию о выборе способов поиска работы среди шести каналов: ГСЗ, негосударственные агентства, помощь родственников, помощь друзей и знакомых, использование средств массовой информации, обращение на предприятие. Данные

<sup>1</sup> Безработный должен удовлетворять трем критериям: 1) не имеет работы, 2) ищет работу, 3) готов приступить к работе.

<sup>2</sup> При выделении совокупности безработных на данных РМЭЗ мы принимали в расчет только взрослое население (в возрасте от 16 лет и старше).

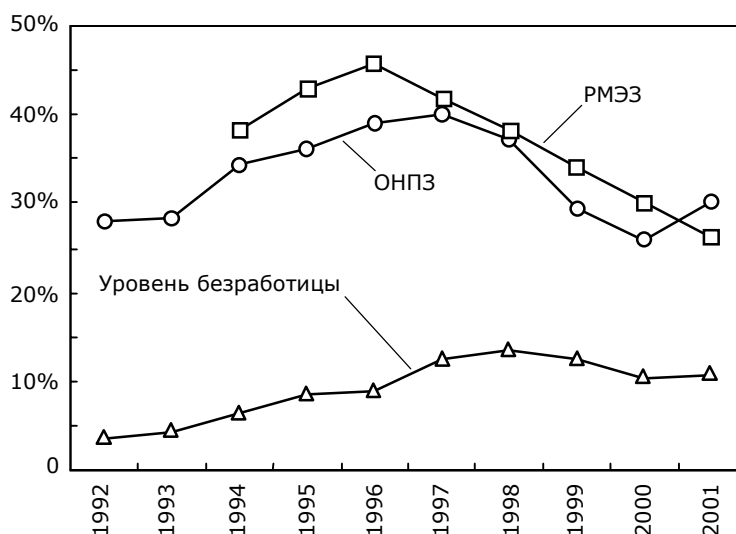
всех раундов обследования содержат информацию о выборе способов поиска работы безработными, в последних трех раундах (1998–2001 гг.) представлена также информация о выборе способов поиска занятыми.

**Таблица 2.** Влияние третьего критерия безработного (готовность приступить к работе) на смещенность данных РМЭЗ

"Если бы на прошлой неделе Вам предложили подходящую работу, смогли бы Вы приступить к ней сразу?"	Безработные (выделенные по двум первым критериям), 1998–2001 гг., %, РМЭЗ
Да	92.2
Нет	5.8
Затрудняюсь с ответом	1.8
Нет ответа	0.3

Сопоставление степени распространенности каналов и ее динамики по данным ОНПЗ (Приложение, табл. 4) и по данным РМЭЗ (Приложение, табл. 5) показывает определенную взаимную смещенность данных. По данным РМЭЗ, несколько больше доля безработных, обращающихся в государственную службу занятости, но пик обращений также приходится на 1996 г. Значительно выше доля обращающихся в негосударственные агентства, хотя этот канал также занимает последнюю позицию по масштабам использования. И отмечается рост использования этого канала в 1998–2000 гг. Также отмечается рост обращений к друзьям и родственникам, на предприятия и к услугам СМИ, но при этом доля этих каналов поиска больше, чем по данным ОНПЗ, и рост обращений на предприятия расходится с динамикой этого показателя по данным ОНПЗ. Так как отсутствуют другие источники данных, то нельзя сделать вывод, какие данные смещены больше по отношению к реальной ситуации, но данные РМЭЗ фиксируют использование респондентами большего числа каналов поиска, то есть более интенсивный поиск работы.

Сопоставление динамики масштабов использования государственной службы занятости для поиска работы и по данным ОНПЗ, и по данным РМЭЗ с данными о динамике безработицы позволяет предположить, что уровень безработицы (как характеристика ситуации на локальном рынке труда) может оказывать положительное воздействие на обращение к этому каналу поиска со стороны безработных (рис. 1).



**Рис. 1.** Динамика масштабов использования государственной службы занятости и безработицы

Сопоставление данных РМЭЗ по безработным и по работающим, ищущим работу (Приложение, табл. 6), показывает, что работающие в 1.5 раза реже используют ГСЗ и немного меньше используют все остальные каналы поиска, кроме обращения к друзьям. Обращение к друзьям является доминирующим способом поиска для работающих и почти в два раза превосходит по масштабам второй по степени распространенности канал — обращение на предприятие.

### 3.3. Стратегии поиска

Процесс поиска работы предполагает построение (выбор) стратегии поиска — устойчивого рационального способа действий для достижения цели. Стратегия поиска может быть чистой, когда используется только один канал поиска, или смешанной, когда используется несколько каналов поиска, или даже все возможные каналы. Стратегия поиска — это не только выбор определенного канала поиска работы. Построение стратегии поиска включает в себя определение многих параметров процесса поиска. К таким параметрам можно отнести следующие:



- выбор вида стратегии — чистая или смешанная;
- выбор количества используемых каналов;
- выбор типа канала / каналов — формальные и / или неформальные каналы поиска;
- выбор конкретных каналов поиска работы;
- определение частоты обращения к выбранным каналам поиска;
- определение продолжительности процесса поиска в целом и в рамках выбранной стратегии (т.е. изменение набора используемых каналов поиска через определенные периоды поиска)<sup>3</sup>.

При наличии шести каналов поиска общее количество всех теоретически возможных стратегий (комбинаций способов) поиска, — как чистых, так и смешанных, — будет составлять

$$C_6^1 + C_6^2 + C_6^3 + C_6^4 + C_6^5 + C_6^6 = 63.$$

Заметим, что в отличие от каналов, которые не являются абсолютными альтернативами, а следовательно, их выбор не является взаимно независимым, стратегии поиска работы представляют собой независимые альтернативы поиска работы (в один момент времени может использоваться только одна стратегия поиска работы).

По безработным из 63 теоретически возможных стратегий в 1994–2001 гг. реально наблюдалось 59 (Приложение, табл. 7). Наиболее распространены три чистые стратегии: обращение в государственную службу занятости, обращение к друзьям, обращение непосредственно на предприятие. Они составляют почти 30% от всех применяемых стратегий. Это свидетельствует о том, что, во-первых, эти три канала поиска работы могут быть эффективными для поиска работы даже без обращения к другим каналам поиска, они практически равнозначны по масштабам распространения, и выступают институциональными альтернативами поиска. Во-вторых, в целом доминируют (66%) смешанные стратегии поиска, что объясняется стремлением людей диверсифицировать способы поиска для повышения вероятности найти работу. Наиболее популярные смешанные стратегии связаны или с максимальным использованием всех каналов, или с различными

---

<sup>3</sup> Последние два параметра стратегии поиска работы мы в дальнейшем в работе исследовать не будем, так как дискретность данных РМЭЗ не позволяет оценить изменения поведения безработного на протяжении времени поиска и частоту обращений к выбранным каналам.

комбинациями каналов, в основе которых лежит сочетание неформальных сетей (друзей) и обращений на предприятия.

Динамический анализ показывает, что динамика стратегий "обращение к друзьям" и "обращение в ГСЗ" была близкой к обратной, что позволяет предположить, что эти две стратегии выступают как взаимозамещающие. За 1990 годы происходило увеличение доли смешанных стратегий, использующих максимальное количество каналов поиска. Это позволяет выдвинуть гипотезу о распространении эффекта "научения" (эффекта адаптации) — по мере развития системы институтов российского рынка труда происходит переход к диверсифицированным стратегиям поиска работы. Ищущие работу, с помощью различных социальных контактов, набирают опыт и используют большее количество возможностей для поиска.

По занятым, ищущим работу, общая картина разнообразия стратегий поиска схожая, но есть и различия (Приложение, табл. 8). В 1998–2001 гг. работающие использовали 54 стратегии из 63 потенциально возможных. Наиболее распространенные среди них — обращение к друзьям, обращение на предприятие, обращение к друзьям и родственникам. Вместе они составляют 37% от всех стратегий. Причем абсолютным лидером является обращение к друзьям (21%). Это не только доминирующий канал поиска, но и доминирующая стратегия поиска, следующую по распространенности стратегию "обращение на предприятие" она превышает по масштабам использования почти в три раза. Для работающих в отличие от безработных менее привлекательными являются формальные каналы поиска — ГСЗ, негосударственные агентства. Если для безработных чистая стратегия "государственная служба занятости" была на третьем месте по распространенности, то для работающих она только на десятом, и доля ее невелика (3%).

Можно предложить несколько объяснений, почему работающие меньше предпочитают формальные каналы поиска и больше обращаются к друзьям и знакомым. Во-первых, можно сделать вывод, что, так как работающие меньше используют формальные каналы, то они для них и менее эффективны, или, точнее, формальные каналы предлагают трудоустройство на такие рабочие места, в которых люди уже работающие заинтересованы меньше. В первую очередь это относится к ГСЗ. Для вакансий, которые предприятия заявляют в государственную службу занятости, существует проблема неблагоприятного отбора, и, при прочих равных, эти вакансии предлагают относительно меньшую заработную плату. У работающих выше требования к ожидаемой заработной плате ( $W^e$ ) при по-

иске работы, так как она должна не только соответствовать резервной заработной плате ( $W^r$ ), но и при прочих равных, превышать заработную плату на нынешнем месте работы ( $W^*$ ):  $W^e > W^* \geq W^r$ . Или другими словами, согласно теоретической модели поиска резервная заработная плата при поиске работы у работающих выше, чем у безработных (McKenna, 1990)<sup>4</sup>.

Во-вторых, смещенность предпочтений у работающих в пользу друзей, возможно, связана с тем, что этот способ поиска работы предоставляет дополнительную протекцию для занятия рабочего места. Нет смысла переходить на новую работу при высоком риске ее потерять.

В-третьих, для работающих поиск нового места работы приносит относительно меньшие выгоды, чем для безработных, так как они уже работают и получают заработную плату. Поэтому для работающих нет смысла прибегать к способам поиска с относительно высокими издержками (времени или денег), к которым относятся формальные каналы поиска.

В-четвертых, для работающих в целом характерна более сильная включенность в социальные сети и связи по сравнению с безработными, и, таким образом, для занятых индивидов не только выше ожидаемая отдача (выгода) от использования этого канала, но и больше самих возможностей использования помощи друзей и знакомых при поиске работы (Granovetter, 1987).

Для дальнейшего эконометрического анализа выбора стратегий поиска нам необходимо было уменьшить количество анализируемых стратегий, выделить основные типы используемых стратегий и сгруппировать в них 59 (54) стратегии. Для этого мы использовали факторный анализ (метод главных компонент). Применение этого метода позволило выделить три главные компоненты для безработных (Приложение, табл. 9). Первая компонента, связана с методами неформального поиска, с использованием неформальных социальных сетей. Наибольшие факторные нагрузки по этой компоненте у таких каналов, как обращение к друзьям и родственникам. Вторая компонента, связана с институтами формальных посредников. Наибольшие факторные нагрузки по этой компоненте у таких каналов, как обращение в государственные и негосударственные службы занятости. Третья компонента, связа-

---

<sup>4</sup> Так Холзер для США эмпирически выявил, что у работающих резервная заработная плата на 30% выше, чем у безработных (Holzer, 1987b).

на с непосредственным обращением на предприятия. Использование услуг СМИ в равной мере представлено в каждой из компонент, что свидетельствует о том, что этот канал, как правило, дополняет использование других каналов. Отметим также, что государственная служба занятости, обращение к друзьям и обращение на предприятие входят с противоположным знаком в каждые две другие чуждые им компоненты. То есть эти три канала поиска являются "стратегияобразующими" и альтернативными друг другу.

Факторные нагрузки по каждой из компонент позволили интерпретировать их как три основных типа стратегий поиска работы: использование формальных каналов поиска работы (государственная служба занятости, негосударственные агентства), использование неформальных социальных сетей (друзья, родственники), самостоятельный неформальный поиск (обращение на предприятия, СМИ).

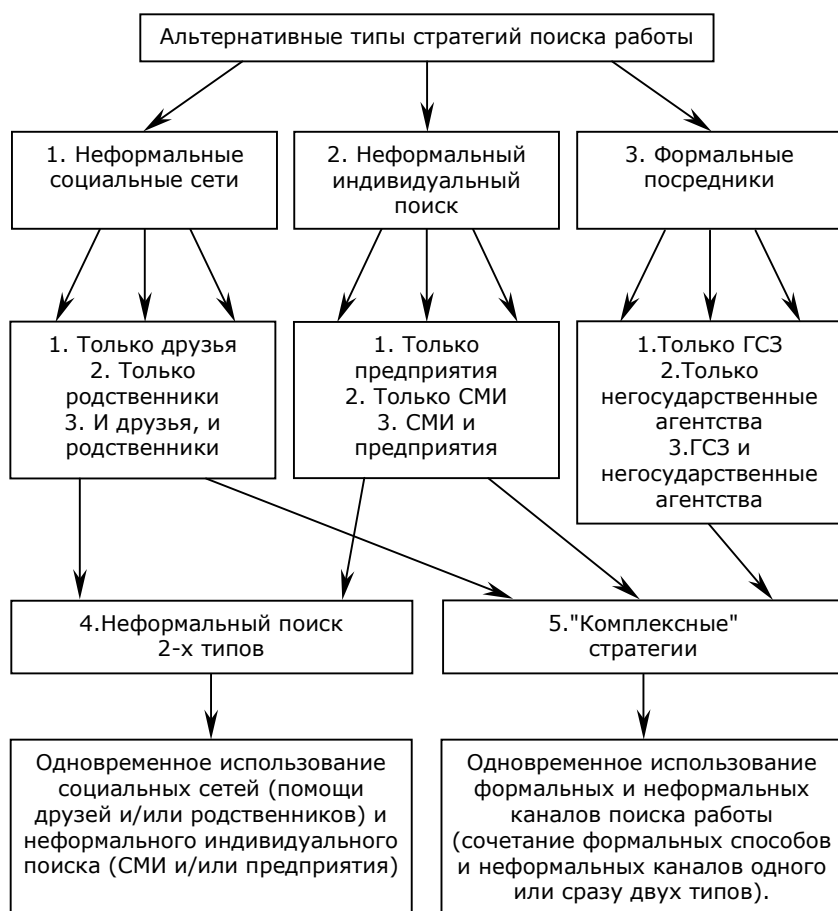
Агрегирование информации с помощью факторного анализа для работающих респондентов, ищущих работу, привело к сходным результатам (Приложение, табл. 10). Но для работающих в первую главную компоненту, соответствующую формальному поиску, вошло также использование СМИ, тогда как третья главная компонента сформировалась исключительно за счет способа поиска "обращение на предприятие".

На основе результатов факторного анализа и матриц парной корреляции, а также учитывая масштабы использования различных стратегий поиска, мы выделили 5 типов применяемых стратегий, которые используем в дальнейшем при анализе детерминант выбора стратегий поиска (рис. 2). И по безработным, и по работающим происходило уменьшение использования формальных посредников, одновременно увеличивалось использование неформальных социальных сетей (Приложение, табл. 11–12).

#### **3.4. Интенсивность и количество каналов поиска**

Важной характеристикой стратегии поиска работы является количество каналов. Оно является одним из показателей интенсивности поиска. По данным РМЭЗ среднее количество используемых безработными каналов с 1994 по 2000 г. устойчиво росло (рис. 3) и достигло почти 2.7, а затем в 2001 г. снизилось до 2.45. При этом изменение удельного веса стратегий с различным количеством каналов среди всех стратегий происходило разнонаправлено (Приложе-

ние, табл. 13). В среднем за рассматриваемый период времени наблюдается обратная зависимость между числом используемых каналов в рамках стратегии и удельным весом таких стратегий. Самый значительный рост в целом наблюдался для доли стратегий с максимальным количеством каналов поиска (пять и шесть каналов), что можно интерпретировать как возрастание смешанных стратегий поиска, ориентированных на использование каналов всех типов.



**Рис. 2.** Типология стратегий поиска работы

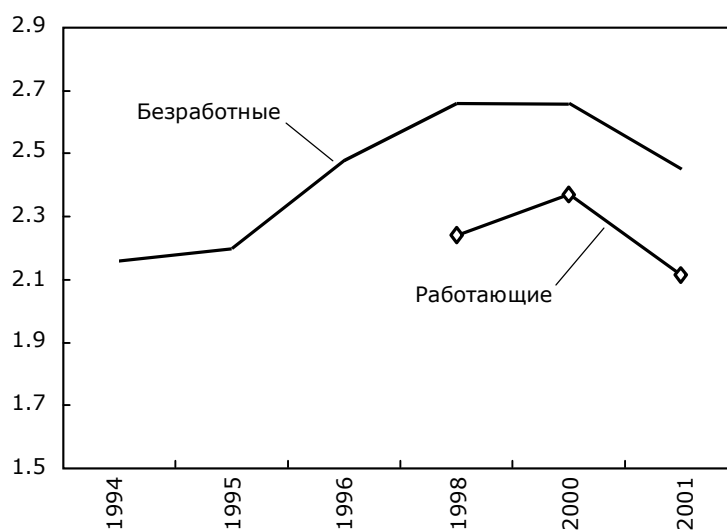


Рис. 3. Среднее количество используемых каналов поиска. РМЭЗ

По работающим интенсивность поиска работы меньше, чем по безработным (Приложение, табл. 14). Среднее количество каналов поиска в 1998–2001 гг. колебалось между 2.1 и 2.4. Такой результат соответствует эмпирическим оценкам, полученным в других странах (Holzer, 1987b). Среди всех стратегий повышалась доля использующих 2 или 4 канала поиска.

#### 4. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ГИПОТЕЗЫ

Мы исходим из того, что индивидуумы, выбирая стратегию поиска, поступают рационально, то есть они выбирают те способы поиска работы, которые, с учетом ограниченных возможностей, должны быть для них наиболее эффективными. При этом возможны несколько гипотез, на проверку которых направлена данная работа.

**Гипотеза 1.** Опираясь на теоретическую модель поиска работы с учетом наличия различных способов поиска, мы предполагаем, что важными детерминантами выбора каналов поиска работы являются факторы, определяющие ресурсные возможности работника в процессе поиска работы. К таким факторам относятся располагаемый доход, располагаемое время (с учетом занятости в домашнем хо-

зайстве). Каждый способ поиска обладает различной времяинтенсивностью и затратноинтенсивностью (см. табл. 1). Сильные ограничения по времени и доходу соответственно должны приводить к выбору менее времяинтенсивных и затратноинтенсивных каналов поиска работы.

**Гипотеза 2.** Мы предполагаем также, что каналы не являются универсальными по профессиональным группам, каждый из способов поиска работы взаимосвязан с определенными сегментами рынка труда (см. табл. 1). То есть эффективность использования определенного канала поиска работы, и соответственно, выбор этого канала, будет зависеть от профессиональных и квалификационных характеристик, ищущего работу.

**Гипотеза 3.** Время незанятости может оказывать влияние на эффективность и издержки поиска. Мы предполагаем, что для наименьших и наибольших периодов незанятости характерно обращение к меньшему числу каналов и использование в основном неформальных каналов поиска. Наименьший период незанятости позволяет задействовать только социальные сети и ограниченный перечень каналов поиска, так как проблема поиска работы еще не приобрела остроту. Для наибольших периодов незанятости, наоборот, уменьшаются возможности для использования различных каналов поиска и снижается уверенность в профессиональной востребованности, что приводит безработных в основном к использованию неформальных каналов (Boheim, Taylor, 2001).

**Гипотеза 4.** На выбор каналов и стратегий поиска работы, а также на эффективность использования различных каналов поиска, по нашему предположению, должны оказывать влияние характеристики локальных рынков труда, поскольку ситуация на локальном рынке труда по-разному может влиять на соотношение выгоды/издержки для различных каналов поиска. При этом мы предполагаем, что чем менее благоприятна будет ситуация на локальном рынке труда, тем меньше будут использоваться неформальные каналы (в частности СМИ; см., например, Boheim, Taylor, 2001) и больше — формальные, в особенности ГСЗ (Osberg, 1993).

**Гипотеза 5.** Мы предполагаем также, что увеличение среднего количества каналов поиска на протяжении 1990-х годов связано с "эффектом научения" и отражает изменения за это время институциональной среды, освоение индивидами смешанных стратегий при одновременном расширении возможностей поиска за счет эволюции формальных каналов поиска. Таким образом, на количество используемых каналов должен оказывать влияние раунд обследования.

## 5. ДАННЫЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ

### 5.1. Спецификация модели

Исходя из теоретической модели поиска работы, и моделей выбора способа поиска работы (Holzer, 1988; Voheim, Taylor, 2001) вероятность выбора того, или иного способа поиска работы может быть представлена как функция от ресурсных ограничений (времени, дохода), профессиональных характеристик ищущего работу, напряженности рынка труда.

$$P = f(Y, H_D, u, O_p, X),$$

где  $Y$  — доходы индивидуума,  $H_D$  — время занятости в домашнем хозяйстве (учитывая, что время для поиска работы,  $H_S$ , — это остаточная величина от всего совокупного времени минус время, затрачиваемое на работу в домашнем хозяйстве:  $H_S = T - H_D$ ),  $u$  — региональный уровень безработицы (как характеристика локального рынка труда),  $O_p$  — профессиональные характеристики,  $X$  — набор социально-демографических характеристик.

При эмпирическом исследовании выбора способов поиска работы мы использовали данные РМЭЗ, которые, в отличие от данных ОНПЗ, содержат информацию о доходах респондентов.

Исходя из содержательных предпосылок, в эконометрическое уравнение выбора способов поиска работы безработными включались социально-демографические переменные: возраст, пол, семейный статус, уровень образования. Возраст, учитывая возможное нелинейное влияние, был разбит на три периода: молодежь (16–25 лет), основной трудоспособный возраст (26–49 лет), пожилые (старше 50 лет). По национальной принадлежности все респонденты были разбиты на шесть групп: первая — русские, вторая — украинцы, белорусы, молдаване, третья — кавказские национальности, четвертая — татары, башкиры, пятая — малые российские народности (коми, чуваша, удмурты, мордва и т.д.), шестая — все прочие национальности. В уравнение включались также профессиональные характеристики: общий трудовой стаж, профессия. По профессиям все респонденты были разбиты на 5 групп на основе данных о профессиональной деятельности в предыдущих раундах до периода незанятости. Информация о трудовом стаже была скорректирована. Для тех, кто не ответил на этот вопрос, но до периода незанятости работал, величина трудового стажа рассчитывалась как возраст минус период незанятости, минус время на получение образования. Время, затрачиваемое на различные виды деятельности, рассчитывалось суммированием затрат времени в часах в неделю на



деятельность в домашнем хозяйстве. В этой переменной также учитывались затраты времени на приработки. Вопросы о затратах времени в домашнем хозяйстве включались в обследования только в 5–8 раундах РМЭЗ. В уравнение включался региональный уровень безработицы по методологии MOT<sup>5</sup>. Все переменные в денежной форме были приведены на основе региональных дефляторов к уровню цен 2001 г. В качестве региональных дефляторов использовались годовые индексы потребительских цен по субъектам Российской Федерации. При этом окончательные выводы делались на основе спецификации, включающей все денежные показатели (личные доходы, доходы других членов семьи) в логарифмической форме.

Поскольку в первоначальную спецификацию включался полный набор объясняющих переменных, часть из которых была представлена не во всех раундах (так, информация о профессиональной деятельности может быть рассчитана только для 6–10 раундов, а информация о затратах времени в домашнем хозяйстве — для 5–8 раундов), было проведено дополнительное тестирование значимости переменных "профессия" и "время деятельности" с помощью тестов *Wald* и *Lagrange Multiplier (LM)*. Результаты тестов подтвердили статистическую незначимость только переменной "время деятельности". Таким образом, влияние ограничений времени на выбор способа поиска не было установлено. Поэтому дальнейшие расчеты по безработным осуществлялись без учета этой переменной на объединенном массиве данных с 6 по 10 раунды (1995–2001 гг.).

Схожая спецификация модели была использована и при оценке выбора способов поиска работы занятыми, только в этом случае профессиональные характеристики оценивались исходя из текущего, а не предыдущего профессионального статуса.

## 5.2. Выбор каналов поиска работы

Эконометрический анализ выбора каналов поиска работы проводился для шести каналов с помощью пробит-анализа (Приложение, табл. 16).

---

<sup>5</sup> Заметим, что в некоторых исследованиях по рынкам труда западных стран в качестве характеристики локальных рынков труда используется отношение «безработица/вакансии». Однако, учитывая, что в российской статистике показатель  $U/V$  измеряется гораздо менее качественно и регулярно, чем уровень безработицы, мы использовали последний в качестве индикатора ситуации на локальных рынках труда, что также широко используется в исследовательской практике (см., например, Boheim, Taylor, 2001).

### **Безработные.**

*Государственная служба занятости.* Этот канал более распространен у женщин и в меньшей степени характерен для пожилых. Наличие высшего образования также повышает вероятность использование этого способа поиска. Среди национальных групп он больше распространен у малых российских народов, и меньше — у кавказских национальностей. Как и предполагалось, малый период незанятости снижает вероятность обращения в ГСЗ. По профессиональным группам обращаться в ГСЗ менее склонны неквалифицированные рабочие, и те, чей профессиональный статус определить не удалось. Этот способ также меньше распространен по сравнению с городами, как в сельской местности, так и в крупных городах, областных центрах. Отмечается положительная зависимость использования этого канала в зависимости от уровня безработицы.

*Негосударственные агентства по трудоустройству.* На обращение в негосударственные агентства оказывало воздействие гораздо меньшее количество факторов, что свидетельствует о том, что использование этого канала в меньшей степени детерминировано социально-экономическими параметрами, включенными в наш анализ и возможно в большей степени определяется ненаблюдаемыми индивидуальными характеристиками. Этот канал в большей степени используют безработные с высшим образованием. Он меньше используется в сельской местности, что очевидно, так как там рынок услуг по трудовому посредничеству практически отсутствует.

*Обращение к друзьям* меньше характерно для пожилых и женщин. Высшее и среднее специальное образование повышают вероятность обращения к друзьям. В меньшей степени использование друзей для поиска работы характерно для малых российских народов, украинцев и белорусов. Принадлежность к профессиональной группе работников со средним образованием увеличивает привлекательность обращения к друзьям. Интересно, что величина личных доходов обратно влияет на вероятность обращения к друзьям.

*Обращение к родственникам* как способ поиска работы очень похож на обращение к друзьям, но существуют небольшие отличия по набору индивидуальных характеристик, которые оказывают влияние на выбор данного канала. В отличие от обращения к друзьям, на обращение к родственникам не влияет принадлежность к какой-либо профессиональной группе и он больше распространен у безработных кавказских национальностей. Состояние в браке повышает вероятность обращения к родственникам, что вполне естественно, так как родственник круг расширяется в браке.

*Непосредственное обращение на предприятие.* Для этого канала, также как и при обращении к друзьям и родственникам, отмечается отрицательное влияние величины личных доходов. На предприятия реже обращаются пожилые и работники, относящиеся к этнической группе малых российских народов. Уровень образования положительно влияет на вероятность использования этого канала поиска работы. Но в отличие от всех других каналов, на обращение на предприятие положительно влияет предшествующий трудовой стаж. Опыт трудовых отношений облегчает контакты непосредственно с работодателем, без посредников.

*Использование услуг СМИ.* На выбор способа поиска работы с помощью СМИ отмечается положительное влияние уровня образования. Этот способ поиска меньше распространен среди пожилого населения и среди тех, кто имеет относительно большие индивидуальные доходы. Меньше к нему также прибегают этнические группы украинцев и белорусов, малых российских народов. Вполне естественно, что такой способ поиска больше распространен в крупных городах и меньше — в сельской местности, что объясняется большей развитостью рынка СМИ, специализирующихся на трудовом посредничестве в городах, и особенно — в крупных городах. Меньше к услугам СМИ прибегают те, кто имеет большой стаж занятости, и безработные относящиеся к профессиональной группе руководителей и специалистов с высшим образованием.

Таким образом, основные детерминанты выбора каналов поиска это пол, возраст, уровень образования, величина личных доходов, национальность, продолжительность занятости, профессия. Экономические параметры оказывают ограниченное влияние. Но в целом меньшие личные доходы приводят к большему использованию неформальных каналов поиска.

### **Занятые, ищущие работу**

Детерминанты выбора способов поиска работы у занятых и у безработных существенно отличаются (Приложение, табл. 17). Так, пожилые работники предпочитают обращаться в ГСЗ и непосредственно к работодателю. Уровень образования вообще не оказывает никакого влияния на выбор. Уровень безработицы повышает вероятность обращения к друзьям и на предприятие, и снижает вероятность использования СМИ. Уровень личных доходов положительно влияет на обращение на предприятие. Среди национальных групп выделяются своим поведением татары и башкиры, для них характерно меньшее использование таких каналов, как: негосударственные агентства, друзья и родственники, СМИ. Есть и схожие зависи-

мости. Так, женщины предпочитают ГСЗ, и меньше используют друзей, но одновременно они менее склонны выбирать негосударственные агентства и больше используют СМИ. Профессиональная группа работников со средним образованием, конторских работников больше использует друзей.

С чем связаны такие различия? Возможно, с тем, что работающие и безработные — это группы людей с различными возможностями в трудовой сфере. И не только потому, что попадание в группу безработных меняет ограничения, резервную заработную плату и возможности человека, но и потому, что попадание в безработные отражает меньший трудовой потенциал и меньшую установку на трудовую активность, меньший социальный капитал. Так, занятые при увеличении безработицы больше используют друзей, и больше идут непосредственно на предприятия, а безработные больше идут в ГСЗ. Конечно, это отчасти связано с тем, что приобретение статуса зарегистрированного безработного создает для них дополнительные выгоды (пособие, участие в программах службы занятости), но также может отражать и более пассивный поиск. Пожилые безработные, в сравнении с основным трудоспособным возрастом, используют меньше практически все каналы поиска, в том числе и обращение на предприятия. А пожилые работники более активно обращаются на предприятия. То есть безработные и занятые отличаются не только ограничениями, но и предпочтениями. Отметим также, что меньшая детерминированность выбора для занятых уровнем образования, личными доходами может отражать то, что у занятых большее разнообразие способов поведения, а у безработных наблюдается большая схожесть в образе действий.

### 5.3. Выбор стратегий поиска работы

Эконометрический анализ детерминант выбора стратегий проводился для пяти выделенных нами типов стратегий с помощью мультиномиальной регрессии. За базовую стратегию принималась первая стратегия — использование только социальных сетей (друзей и родственников) для поиска работы.

#### Безработные

Стратегия использования только формальных посредников больше характерна для молодых, женщин, и тех, кто имеет больший стаж работы (Приложение, табл. 18). К этой стратегии менее склонны прибегать представители кавказских национальностей, те, кто имеют небольшой период незанятости, проживают в крупных горо-

дах (областных центрах), а также специалисты со средним образованием, конторские служащие. Наличие приработков отрицательно влияет на вероятность обращения к этой группе стратегий (по сравнению с социальными сетями), тогда как величина личных доходов — положительно.

К стратегии неформального индивидуального поиска (предприятия и СМИ) также более склонны молодые, женщины, и те, кто имеют больший стаж работы. При этом отрицательное воздействие оказывают: состояние в браке, небольшой период незанятости, наличие приработков, кавказская национальность, профессиональная группа работников со средним образованием, конторских служащих, а также региональный уровень безработицы (сходные результаты для Великобритании см. в *Boheim, Taylor, 2001*).

Четвертую стратегию, использования одновременно разных каналов неформального поиска, — как социальных сетей, так и индивидуального поиска, — предпочитают молодые, со средним специальным и высшим образованием, имеющие больший стаж работы. Менее привлекательна эта стратегия для пожилых, состоящих в браке, малых российских народов, тех, кто имеет наименьший и наибольший периоды незанятости, профессиональных групп руководителей, специалистов с высшим образованием и специалистов со средним образованием, конторских работников.

"Комплексная" стратегия, когда используются и формальные, и неформальные каналы всех типов, характерна для имеющих высшее образование и больший трудовой стаж. Также к данному типу стратегий чаще прибегают при увеличении регионального уровня безработицы (при прочих равных). Его меньше используют пожилые, семейные, безработные кавказских национальностей, те, кто имеют короткий (до 3 мес.) либо длительный период незанятости (более года), профессиональные группы руководителей, специалистов с высшим образованием и специалистов со средним образованием.

Переменная раунда обследования оказывает значимое влияние только на выбор формальных посредников, то есть предпочтительность стратегии, использующей только формальные каналы поиска, снижалась в 1998–2001 гг.

### **Занятые**

Так же, как и при выборе каналов поиска, на выбор стратегий поиска занятыми оказывает влияние меньшее количество факторов, чем у безработных (Приложение, табл. 19). Практически не влияют уровень образования, доходы, стаж. Пожилые и женщины больше

предпочитают "комплексную" стратегию. По сравнению со стратегией социальных сетей, менее предпочтительны все стратегии для группы малых российских народностей, и менее предпочтительны стратегии формального поиска и неформального индивидуального поиска для кавказских национальностей. Также меньше, чем социальные сети, используются почти все стратегии профессиональной группой руководителей и специалистов с высшим образованием, а специалисты со средним образованием и конторские работники относительно меньше используют неформальный индивидуальный поиск.

Таким образом, при выборе стратегий поиска работы и безработными и занятыми экономические факторы оказывают небольшое воздействие. Только при выборе стратегии "формальные стратегии" бюджетные ограничения оказываются значимыми. В остальных случаях, в отличие от выбора каналов поиска, бюджетные ограничения не влияют на выбор стратегии поиска. Уровень безработицы также не оказывает влияния на выбор стратегии поиска работающими индивидами. В случае с безработными индивидами уровень безработицы повышает вероятность использования "комплексных" стратегий и снижает вероятность неформального индивидуального поиска. Выбор стратегий поиска больше детерминирован социально-демографическими характеристиками индивидов, их человеческим капиталом. Так социальные сети — это стратегия людей с относительно меньшим стажем работы, небольшим периодом незанятости, среднего возраста. Использование формальных посредников больше женская стратегия. Использование стратегий с большим количеством каналов поиска характерно для имеющих высшее образование.

#### **5.4. Выбор количества каналов поиска работы**

Для оценки влияния различных характеристик на интенсивность поиска мы использовали порядковый пробит-анализ. Исследование выбора количества каналов для поиска работы отчасти подтвердило наши гипотезы (Приложение, табл. 20). Количество используемых каналов поиска, как это и показывал предварительный анализ, зависит от раундов обследования. Коэффициенты при переменной раунда статистически значимы и показывают последовательное возрастание влияния времени на интенсивность поиска. То есть развитие ситуации с поиском работы на российском рынке труда в 1990-е годы происходило в направлении осваивания безработными более диверсифицированных стратегий поиска. Помимо институ-

циональных изменений макросреды, на интенсивность поиска работы также положительно влияет уровень безработицы, т.е. ухудшение ситуации на рынке труда для безработных приводит к увеличению интенсивности поиска.

Из индивидуальных характеристик безработных на число используемых каналов положительно влияет уровень высшего образования. Более высокий уровень образования, во-первых, обеспечивает доступ к более широкому кругу информации, и, соответственно, повышает разнообразие используемых способов поиска. Во-вторых, способствует тому, что подходящей работой для безработного может быть большее количество рабочих мест, и поэтому целесообразно использовать разные каналы поиска, даже если они связаны с различными профессиональными сегментами рынка труда. Пожилой возраст снижает вероятность использования большого числа каналов, что вполне объяснимо. У пожилых снижается активность поиска, и для них сужается количество доступных рабочих мест. Также менее интенсивный поиск ведут женщины, безработные с коротким (до 3 мес.) либо длительным (более 1 года) периодом незанятости и респонденты, относящиеся к национальным группам украинцев, белорусов, молдаван и малых российских народов.

Личные доходы отрицательно влияют на интенсивность поиска. Так как переменная "личные доходы" у безработных объединяет пенсии, пособия по безработице, доходы от приработков, то это означает, что человек, получающий относительно большее пособие по безработице, или имеющий возможность в результате приработков получать относительно больший доход, будет использовать меньшее количество каналов поиска.

Влияние индивидуальных характеристик на интенсивность поиска для работающих совсем другое, чем у безработных (Приложение, табл. 21). Практически нет значимого влияния выделяемых нами характеристик на выбор количества каналов поиска. Это означает, что этот выбор для работающих во многом детерминирован не социально-экономическими, а личностными, психологическими (ненаблюдаемыми) характеристиками. Среди немногих параметров, оказывающих влияние, выделим возраст. Для работающих, в отличие от безработных, принадлежность к группе старшего возраста увеличивает интенсивность поиска. Наиболее пожилые работники используют большее число каналов поиска. Так как известно, что трудовая активность пожилых в большей степени детерминирована здоровьем, чем экономическими параметрами, то, вероятно, мы сталкиваемся с ситуацией самоотбора. Те из пожилых, которые продолжают трудовую деятельность, при прочих равных, более активны.

## 6. ЭФФЕКТИВНОСТЬ СТРАТЕГИЙ ПОИСКА БЕЗРАБОТНЫМИ

Эффективность поиска работы, в первую очередь, выражается в успешности поиска, то есть в трудоустройстве. Эффективность поиска может пониматься и более широко, когда она оценивается не только самим фактом трудоустройства, но также и качественными характеристиками рабочего места, которое было найдено в результате поиска: уровень заработной платы, гарантированность и стабильность занятости, соответствие профессиональным характеристикам работника, перспективы карьерного роста.

Для оценки влияния способов работы на эффективность поиска мы использовали данные РМЭЗ о статусе экономической активности безработных в следующем,  $t + 1$ , раунде<sup>6</sup>. Конечно, учитывая дискретность данных РМЭЗ и значительные интервалы времени между раундами (1 или даже 2 года), такая оценка не может быть точной. У нас может быть два источника ошибок. Во-первых, за период времени между раундами обследования респондент мог найти работу и потерять ее снова. Тогда поиск работы в предыдущем раунде увенчался успехом, но по каким-то причинам занятость оказалась не стабильной. В этом случае, мы получим занижение эффективности поиска, меньший коэффициент трудоустройства. Во-вторых, возможна ситуация, когда безработный за время между раундами обследования нашел работу, затем потерял ее и потом, после нового периода поиска работы, вновь нашел ее. Но для получения последнего места работы он мог воспользоваться другими способами и стратегиями поиска, по сравнению с теми, которые он указал в обследовании. В этом случае, мы получим смещение сравнительной эффективности способов поиска работы.

По данным РМЭЗ средний коэффициент трудоустройства безработных в периоде  $t + 1$  был почти 40% (Приложение, табл.22). Сопоставление коэффициента трудоустройства в зависимости от использованных каналов для поиска работы (Приложение, табл. 23) позволяет предположить, что наиболее эффективными среди каналов

<sup>6</sup> Нами был проведен анализ эффективности поиска работы только для безработных в силу того, что по работающим данные доступны всего за 3 года, таким образом, для оценки эффективности мы располагаем всего двумя точками — 2000 и 2001 гг. Величина выборки работающих респондентов, для которых есть возможность проследить последующий статус на рынке труда в период  $t + 1$ , не достаточна для анализа. Вопросы анализа сравнительной эффективности каналов и стратегий поиска работы для занятых индивидов с использованием дополнительных данных, на наш взгляд, может быть предметом дальнейших исследований в данной области.



были обращения в негосударственные агентства и использование СМИ. Среди выделенных нами пяти групп стратегий поиска работы наиболее эффективной выглядит пятая "комплексная" стратегия (Приложение, табл. 24). По параметру интенсивности поиска наблюдается последовательное положительное влияние увеличения каналов поиска на его эффективность (Приложение, табл. 25).

Однако анализ простых пересечений не позволяет сделать окончательных выводов о сравнительной эффективности способов поиска работы. Мы провели эконометрический анализ влияния параметров процесса поиска на его эффективность. Оценивалось влияние на вероятность быть занятым нескольких характеристик стратегий поиска: выбор канала поиска, выбор типа стратегии поиска, количество используемых каналов (в двух вариантах)<sup>7</sup>.

Индивидуальные характеристики влияют на эффективность поиска вполне предсказуемым образом (Приложение, табл. 26). Большой период незанятости, принадлежность к старшим возрастным группам и к группе кавказских национальностей снижают вероятность трудоустройства. Высшее образование, состояние в браке, наличие у безработного приработков повышают эффективность поиска. Уровень безработицы предсказуемо отрицательно влияет на эффективность поиска (вероятность трудоустройства).

Эконометрический анализ показал, что, при прочих равных, обращение в негосударственные агентства, к друзьям и на предприятия повышает вероятность трудоустройства. Но среди стратегий поиска менее эффективными оказываются стратегии второго и третьего типов: использование только формальных каналов поиска и только методов неформального индивидуального поиска. Таким образом, более эффективными оказываются стратегии поиска, которые опираются на неформальные социальные сети, в первую очередь, помощь друзей. Это согласуется с выводами Якубовича (2002), Козиной (1999), полученными для российского рынка труда. В тоже время, учитывая результаты оценки эффективности отдельных каналов поиска, можно сделать вывод, что добавление к социальным сетям обращения в негосударственные агентства и на предприятия повышает эффективность поиска (т.е. стратегии 4-го и 5-го типов).

Большее количество используемых каналов поиска повышает вероятность трудоустройства, т.е. интенсивность поиска повышает его эффективность на российском рынке труда.

---

<sup>7</sup> Оценка влияния параметров поиска на эффективность поиска проводилась с помощью пробит-анализа. Рассчитывалось четыре уравнения для каждого из выделенных параметров.

Сопоставляя данные об эффективности разных способов и стратегий поиска работы и масштабах их популярности, можно сделать вывод, что выбор способов и стратегий поиска работы, в первую очередь, связан с их эффективностью. То есть, несмотря на различные ресурсные возможности безработных (время, доходы), они выбирают те способы поиска, которые могут с большей вероятностью способствовать трудоустройству.

Проведенный анализ показал низкую индивидуальную эффективность поиска работы с помощью ГСЗ по сравнению с другими способами поиска. Однако, на наш взгляд, это не должно приводить к поспешным выводам о неэффективности такой службы в целом. Ситуация относительной неэффективности ГСЗ по сравнению с другими каналами поиска работы характерна не только для российского рынка труда. Так, например, более низкую сравнительную результативность ГСЗ в Португалии отмечают на основе проведенного эконометрического анализа Аддисон и Португал (Addison, Portugal, 2001), в Великобритании — Бохейм и Тейлор (Boheim, Taylor, 2001), в США — Холзер (Holzer, 1988). Разделение безработных по способам поиска работы показывает, что нередко ГСЗ является предпочтительным способом поиска для более пассивной части безработных. Тогда понимание эффективности работы ГСЗ должно быть скорректировано. Ее задачей является помощь в трудовом посредничестве менее конкурентоспособным работникам на рынке труда. По сути, помощь в трудовом посредничестве ГСЗ является одним из видов общественного блага для определенного сегмента рынка труда. Отсюда и оценка эффективности работы ГСЗ должна строиться не на показателях сравнительной эффективности, а на показателях внутренней эффективности, соотношении затрат и результатов при предоставлении услуг.

## 7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный эмпирический анализ выбора способов и стратегий поиска работы безработными и работающими индивидами на российском рынке труда позволил сформулировать ряд выводов. В целом они подтвердили основные гипотезы о поведении индивидов при поиске работы, основанные на предположениях и выводах теоретической модели.

Частично подтвердилась первая гипотеза о влиянии ресурсных ограничений на выбор способов и стратегий поиска работы. Однако время и доходы часто не являются главными детерминантами вы-

бора. Влияние времени занятости в домашнем хозяйстве и на приработках, то есть влияние ограничений по времени у безработных, на выбор стратегий поиска работы установить не удалось. Такой результат, возможно, объясняется плохим качеством используемых данных, но вероятно и то, что ограничения времени не являются существенными при выборе способов поиска работы. Величина семейных доходов также не оказывает значимого влияния на выбор. Но при выборе ряда каналов существует влияние величины личных доходов, что частично подтверждает первую гипотезу, и свидетельствует о том, что бюджетные ограничения реально воздействуют на выбор способов поиска работы.

Также частично подтвердились вторая и третья гипотезы. Профессия, а также продолжительность незанятости оказывают влияние на предпочтительность использования ряда каналов. Безработные с малым периодом незанятости меньше обращаются в ГСЗ. Также они из всех стратегий предпочитают социальные сети. Длительно незанятые безработные меньше используют СМИ, а также комплексные стратегии поиска работы.

Полученные результаты в целом соответствуют выводам теоретической модели и эмпирическим результатам исследований по другим странам в части влияния индивидуальных характеристик ищущую работу индивидов на выбор способов и стратегий поиска работы. При этом были выявлены значительные различия в выборе способов поиска работы между работающими и безработными. Для работающих существует большее влияние ненаблюдаемых характеристик. Безработные же в большей степени, чем занятые индивиды сегментируются на группы, ориентированные на определенные виды способов поиска работы. Это создает возможность для повышения эффективности функционирования формальных посредников на рынке труда (как каналов поиска) за счет повышения адресности их работы. Концепция действий на рынке труда на 2003–2005 гг., принятая в РФ, среди основных направлений действий предусматривает разработку эффективных механизмов профилирования безработных, в том числе — по степени активности и методам поиска работы. Инструментарий выполненного в работе анализа взаимосвязи социально-демографических характеристик индивида и способов поиска работы может рассматриваться как основа методики для профилирования безработных по способам поиска работы.

Частично подтвердилась четвертая гипотеза. Увеличение безработицы, напряженности на рынке труда способствует повышению масштабов использования ГСЗ и снижению использования группы

стратегий "неформальный индивидуальный поиск" и "комплексные стратегии".

Анализ стратегий поиска показал, что между каналами есть взаимодополняемость и взаимозамещаемость. Альтернативными каналами и стратегиями поиска являются обращение в государственную службу занятости, обращение к друзьям, обращение непосредственно на предприятие. Использование услуг СМИ является дополняющим способом поиска работы по отношению к остальным каналам для безработных. Взаимодополняющими являются обращения к друзьям и обращение к родственникам. Но основания для взаимозамещения и взаимодополнения каналов связаны не только и не столько с их времяинтенсивностью и затратноинтенсивностью, сколько с их комплексной эффективностью для разных групп работников.

Пятая гипотеза о том, что увеличение среднего количества используемых каналов связано с "эффектом научения" подтвердилась. Интенсивность поиска определяется не столько индивидуальными характеристиками, сколько усиливающейся диверсификацией стратегий поиска в результате адаптации населения на протяжении 1990-х годов к институтам рынка труда.

Рациональность выбора стратегий поиска подтвердилась при анализе эффективности этих стратегий. Наиболее распространенными являются наиболее эффективные стратегии. Доминирование социальных сетей среди способов поиска работы отражает их большую эффективность. Таким образом, экономическая детерминированность выбора способов поиска определяется не столько важностью ресурсных ограничений, сколько ожидаемой отдачей от того или иного способа поиска работы.

Полученные нами результаты объясняют преимущества социальных сетей их эффективностью по сравнению с формальными посредниками, но оставляют открытым вопрос о причинах их большей эффективности. Ответ на этот вопрос лежит не столько на стороне предложения труда, сколько на стороне спроса на труд, и может быть получен, только, если анализ поведения работников при поиске работы будет дополнен анализом поведения работодателей при поиске работника.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

В табл. 16–21, 26 результаты приводятся в сокращенном виде. Помимо указанных переменных во все уравнения регрессии входили также контрольные переменные регионов (см. табл. 15).

**Таблица 3.** Трудоустройство населения государственной службой занятости в России (по данным Министерства труда РФ)

Годы	Все*		Занятые		Незанятые		Учащиеся		Пенсионеры**	
	Обратилось, тыс. чел.	Трудоустроено, %	Обратилось, тыс. чел.	Трудоустроено, %	Обратилось, тыс. чел.	Трудоустроено, %	Обратилось, тыс. чел.	Трудоустроено, %	Обратилось, тыс. чел.	Трудоустроено, %
1992	2437.7	29.7	95.9	15.2	2225.1	29.7	63.5	63.6	53.1	15.4
1993	2283.4	38.6	74.0	18.3	2062.5	39.0	64.2	77.8	82.7	17.5
1994	3708.5	32.2	125.1	9.9	3193.8	30.2	224.6	87.7	165.0	12.4
1995	5122.4	43.2	169.9	10.5	3937.3	34.6	849.1	94.9	166.1	18.9
1996	5279.8	43.3	150.2	16.3	4415.9	35.7	713.7	96.0	194.9	15.0
1997	4599.0	52.3	102.9	29.0	3806.4	44.9	689.7	96.1	206.5	16.2
1998	4739.1	50.5	119.0	33.1	3836.2	41.7	783.9	96.3	212.5	20.3
1999	4299.6	65.6	113.3	43.4	3271.7	57.7	914.5	96.4	179.5	34.2
2000	4745.9	67.4	177.7	54.4	3283.0	56.6	1285.2	96.6	153.5	44.6
2001	5523.7	67.7	206.6	58.4	3761.0	56.2	1556.0	96.7	167.1	43.8

Источник: рассчитано по — *Труд и занятость в России*, Статистический сборник, М.: Госкомстат России, 1999; *Труд и занятость в России*, Статистический сборник, М.: Госкомстат России, 2001; *Социальное положение и уровень жизни населения России*, 2002, Статистический сборник, М.: Госкомстат России, 2002.

\* — Все, обратившиеся для трудоустройства.

\*\* — До 1996 г. пенсионеры учитывались отдельно, с 1996 г. они включаются в численность занятых или не занятых трудовой деятельностью в зависимости от их фактического состояния.

**Таблица 4.** Распределение численности безработных по способам поиска работы по данным Госкомстата РФ (ОНПЗ)

	1992 г.	1993 г.	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.
(I) Всего, тыс. чел.	3877	4305	5702	6712	6732	8058	8902	9094	6999	6303
(1) Обращались в ГСЗ, в % от (I)	28.1	28.3	34.4	36.3	39.0	39.9	37.3	29.4	25.9	30.3
(2) Обращались в негосударственные агентства	1.0	3.1	3.7	3.8	4.2	2.4	2.4	1.5	2.3	3.5
(3) Обращались к услугам СМИ	8.7	13.6	15.6	16.9	17.6	16.3	18.6	18.0	24.0	24.7
(4) Обращались к друзьям, родственникам, знакомым	29.9	36.7	37.8	38.5	37.0	55.0	57.7	54.5	58.4	59.1
(5) Обращались непосредственно на предприятия	26.3	30.9	29.0	27.9	25.6	28.8	29.4	31.9	30.5	27.9
(6) Другие способы	10.8	14.8	13.4	16.7	15.2	16.0	16.7	11.5	14.3	11.8

Источник: Экономическая активность населения России (по результатам выборочных обследований), *Статистический сборник*, М.: Госкомстат России, 2002.

**Таблица 5.** Динамика использования способов поиска среди безработных по данным РМЭЗ.

	Период (волна РМЭЗ, год)			
	V (1994 г.)	VI (1995 г.)	VII (1996 г.)	VIII (1998 г.)
(I) Всего безработных, чел.	519	531	585	678
(1) Обращались в ГСЗ, в % от (I)	38.3	42.9	45.8	38.3
(2) Обращались в негосударственные агентства, в % от (I)	12.7	12.2	12.0	16.4
Использовали неформальные социальные сети, в % от (I)	64.4	62.9	71.3	79.3
В том числе:				
(3) Обращались в поисках работы к друзьям, знакомым, в % от (I)	59.3	59.3	66.7	76.5
(4) Обращались в поисках работы к родственникам, в % от (I)	29.1	31.1	41.7	42.0
(5) Обращались непосредственно на предприятия, в % от (I)	44.7	42.6	46.8	52.1
(6) Обращались к рекламным объявлениям, в % от (I)	29.3	31.8	35.2	41.4

	Период (волна РМЭЗ, год)		
	IX (2000 г.)	X (2001 г.)	В целом (1994–2001 гг.)
(I) Всего безработных, чел.	603	628	3544
(1) Обращались в ГСЗ, в % от (I)	30.2	26.4	36.8
(2) Обращались в негосударственные агентства, в % от (I)	18.1	14.5	14.4
Использовали неформальные социальные сети, в % от (I)	78.5	77.0	72.8
В том числе:			
(3) Обращались в поисках работы к друзьям, знакомым, в % от (I)	75.3	73.6	69.1
(4) Обращались в поисках работы к родственникам, в % от (I)	43.1	40.0	38.3
(5) Обращались непосредственно на предприятия, в % от (I)	57.2	51.0	49.4
(6) Обращались к рекламным объявлениям, в % от (I)	41.5	38.9	36.7

**Таблица 6.** Динамика использования способов поиска работающими по данным РМЭЗ.

	Период (волна РМЭЗ, год)			
	VIII (1998)	IX (2000)	X (2001)	В целом (1998– –2001 гг.)
(I) Использовали какие-либо каналы поиска работы в последние 30 дней, чел.	387	385	394	1166
(1) Обращались в ГСЗ, в % от (I)	27.6	22.6	18.0	22.7
(2) Обращались в негосударственные агентства, в % от (I)	13.2	14.8	9.9	12.6
(3) Обращались к друзьям, знакомым, в % от (I)	72.4	78.4	74.6	75.1
(4) Обращались к родственникам, в % от (I)	33.6	37.9	30.5	34.0
(5) Обращались на предприятия, в % от (I)	36.4	43.9	40.1	40.1
(6) Обращались к рекламным объявлениям, в % от (I)	39.3	39.2	38.3	38.9

**Таблица 7.** Стратегии поиска работы. Безработные. 1994–2001 гг., РМЭЗ V–X

	Стратегии поиска					Проценты от всех безработных							
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Предприятия	СМИ	Всего (1994–2001 гг.)	V 1994 г.	VI 1995 г.	VII 1996 г.	VIII 1998 г.	IX 2000 г.	X 2001 г.
1			*				11.3	13.5	9.8	7.7	11.2	12.5	12.9
2					*		9.1	11.5	9.8	8.7	7.3	9.4	8.4
3	*						8.4	12.5	17	12	4.6	2.3	4.3
4			*	*			6.6	4.2	5.1	7.5	9.1	5.7	7.4
5			*	*	*	*	5	3.6	4.9	3.9	4.2	7	5.9
6			*	*	*		4.6	4	4.5	4.1	4.3	4.5	6.1
7			*	*	*		4.4	4.2	3.2	3.4	3.9	5.7	5.6



Продолжение табл. 7

	Стратегии поиска					Проценты от всех безработных							
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Предприятие	СМИ	Всего (1994–2001 г.)	V 1994 г.	VI 1995 г.	VII 1996 г.	VIII 1998 г.	IX 2000 г.	X 2001 г.
8	*		*	*	*	*	3.8	2	1.9	6.2	5.1	4.8	2.4
9			*	*	*	*	3.4	2.6	3.2	2.6	4.2	3.5	4
10	*	*	*	*	*	*	3.3	1.4	2.8	2.4	4.6	5.7	2.4
11			*	*	*	*	3	2.4	2.3	3.3	3.7	2.3	3.7
12						*	2.6	2.6	3	2.2	2.2	2.7	2.9
13			*	*	*	*	2.5	2.6	1.9	1.2	2.2	3.7	3.4
14	*		*	*	*	*	2.4	2.6	3.8	3.3	2.1	1	1.8
15	*		*	*	*	*	2.3	1.6	1.9	2.6	3.4	1.8	1.9
16	*		*	*	*	*	2.2	2	1.9	3.1	2.5	2	1.4
17	*		*	*	*	*	2.1	1.4	1.7	2.6	2.2	2.7	2.1
18	*		*	*	*	*	1.9	4	1.5	1.4	2.4	1.7	1
19	*		*	*	*	*	1.9	1.2	1.9	2.9	1.9	1.5	1.6
20				*	*	*	1.4	2	1.3	1.4	0.9	1.2	1.8
21					*	*	1.4	0.6	1.3	1	1	1.3	2.9
22		*	*	*	*	*	1.2	1.2	0.9	1.2	1.3	1	1.6
23	*		*	*	*	*	1.1	1.2	1.3	1.7	1	1.2	0.3
24		*	*	*	*	*	0.9	1.4	1.5	0.9	0.3	1	0.6
25	*		*	*	*	*	0.9	0.8	1.1	1	0.6	0.8	0.8
26		*	*	*	*	*	0.9	0.4	0.8	0.2	1.3	0.7	1.8
27	*		*	*	*	*	0.8	1.2	0.6	0.7	0.7	0.8	0.8
28	*		*	*	*	*	0.8	1.6	0.8	0.5	0.7	0.3	0.8
29	*	*	*	*	*	*	0.8	1	0.6	1	1	0.3	0.8
30	*	*	*	*	*	*	0.7	0.4	1.1	1	0.4	0.8	0.3
31	*	*	*	*	*	*	0.7	0.6	0.6	0.7	1	0.7	0.6
32	*	*	*	*	*	*	0.7	0.4	0.4	0	1.2	1.5	0.6
33	*	*	*	*	*	*	0.6	1.2	0.4	0.3	0.1	1	0.8

Окончание табл. 7

	Стратегии поиска					Проценты от всех безработных							
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Предприятие	СМИ	Всего (1994–2001 г.)	V 1994 г.	VI 1995 г.	VII 1996 г.	VIII 1998 г.	IX 2000 г.	X 2001 г.
34		*	*	*	*	*	0.5	0.4	0	0.3	0.7	0.8	0.5
35	*	*	*	*	*	*	0.5	0.8	0.2	0.9	0.3	0	0.8
36		*	*	*	*	*	0.5	0.4	0.2	0.7	0.6	0.7	0.5
37		*	*	*	*	*	0.4	0.2	0.6	0.7	0.1	0.5	0.3
38	*	*	*	*	*	*	0.4	0.4	0	0.3	0.7	0.5	0.5
39		*	*	*	*	*	0.4	0.8	0.2	0.3	0	0.7	0.3
40	*	*	*	*	*	*	0.3	0	0.4	0.9	0.3	0.2	0
41	*	*	*	*	*	*	0.3	0	0.6	0.2	0.1	0.7	0.2
42	*	*	*	*	*	*	0.3	0.2	0.4	0	0.3	0.3	0.5
43	*	*	*	*	*	*	0.3	0.6	0.8	0.3	0.1	0.2	0
44	*	*	*	*	*	*	0.3	0.2	0	0.3	0.1	0.3	0.6
45	*	*	*	*	*	*	0.3	0.4	0.2	0.2	0.3	0.2	0.5
46	*	*	*	*	*	*	0.2	0.2	0.4	0.2	0.1	0.2	0.2
47	*	*	*	*	*	*	0.2	0.4	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2
48	*	*	*	*	*	*	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2
49	*	*	*	*	*	*	0.2	0.2	0.4	0.3	0.1	0.2	0.2
50	*	*	*	*	*	*	0.2	0.4	0	0	0.4	0.2	0.3
51	*	*	*	*	*	*	0.1	0	0.4	0.2	0.1	0	0.2
52	*	*	*	*	*	*	0.1	0.2	0	0.3	0	0.3	0
53	*	*	*	*	*	*	0.1	0.2	0	0.3	0.1	0.2	0
54	*	*	*	*	*	*	0.1	0	0.2	0	0.3	0	0
55	*	*	*	*	*	*	0.1	0.2	0	0	0.1	0	0
56	*	*	*	*	*	*	0.1	0	0	0.2	0.1	0.2	0.2
57	*	*	*	*	*	*	0.1	0	0	0.3	0.3	0	0
58	*	*	*	*	*	*	0.1	0	0	0	0.1	0.2	0
59	*	*	*	*	*	*	0.03	0	0	0	0	0	0.2
60	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0	0	0	0
61	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0	0	0	0
62	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0	0	0	0
63	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0	0	0	0

Примечание: звездочкой отмечены те каналы, которые входят в соответствующую стратегию.

**Таблица 8.** Стратегии поиска работы. Занятые. 1998–2001 гг., РМЭЗ VIII–X

	Стратегии поиска					Проценты от всех работающих, ищущих работу				
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Предприятие	СМИ	Всего (1998-2001 гг.)	VIII 1998 г.	IX 2000 г.	X 2001 г.
1			*				21.2	21.4	21.1	21.2
2			*		*		8.6	8.2	8.7	8.9
3			*	*			7.4	5	6.3	10.7
4			*	*		*	5.2	5.6	3.9	6.1
5			*	*	*		5	2.4	6.1	6.4
6			*	*		*	4.7	5.3	3.4	5.4
7			*	*		*	4.4	4.8	5.3	3.3
8			*	*	*	*	3.7	4.2	3.2	3.8
9			*	*	*		3.4	2.4	5	2.8
10	*		*	*	*		3.2	4.5	2.6	2.6
11	*	*	*	*	*	*	3	3.2	5	0.8
12	*		*	*	*	*	2.9	3.7	3.2	1.8
13			*	*	*	*	2.6	2.4	2.6	2.8
14			*	*	*	*	1.7	1.1	1.1	3.1
15	*		*	*	*	*	1.7	2.1	1.6	1.3
16	*		*	*	*	*	1.5	1.3	1.8	1.3
17	*		*	*	*	*	1.5	1.3	1.3	1.8
18			*	*	*	*	1.4	1.6	1.3	1.3
19	*		*	*	*	*	1.3	1.9	1.1	1
20	*		*	*	*	*	1	1.6	0.5	0.8
21		*	*	*	*	*	1	1.6	1.1	0.3
22	*		*	*	*	*	1	1.3	0.8	1
23	*		*	*	*	*	1	0.8	1.1	1.3
24	*		*	*	*	*	0.9	1.6	0.5	0.5
25		*	*	*	*	*	0.9	1.1	0.5	1
26		*	*	*	*	*	0.7	0.5	0.5	1
27		*	*	*	*	*	0.6	0.5	0.8	0.5
28		*	*	*	*	*	0.6	0	0.8	1
29	*		*	*	*	*	0.5	0.5	0.5	0.5
30	*		*	*	*	*	0.5	0.8	0.5	0.3
31	*	*	*	*	*	*	0.5	0	0.3	1.3
32	*	*	*	*	*	*	0.5	0.3	0.8	0.5
33		*	*	*	*	*	0.4	0.8	0.5	0

Продолжение табл. 8

	Стратегии поиска					Проценты от всех работающих, ищущих работу				
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Предприятие	СМИ	Всего (1998-2001 гг.)	VIII 1998 г.	IX 2000 г.	X 2001 г.
34				*	*		0.4	0.5	0.5	0.3
35	*	*	*	*	*		0.4	1.1	0.3	0
36		*	*	*	*		0.4	0	1.1	0.3
37		*			*		0.3	0.8	0	0.3
38				*	*	*	0.3	0	0.8	0.3
39	*	*		*	*		0.3	0.3	0	0.5
40	*	*		*	*	*	0.3	0.5	0.3	0
41		*	*		*		0.3	0.5	0.5	0
42		*		*	*	*	0.3	0.5	0.3	0
43				*	*	*	0.3	0.3	0.3	0.3
44	*	*	*	*	*	*	0.3	0.3	0.3	0.3
45	*	*	*	*	*	*	0.3	0.3	0.3	0.3
46	*	*	*	*	*	*	0.3	0.3	0.5	0
47	*	*	*	*	*	*	0.3	0	1.1	0
48	*	*	*	*	*	*	0.2	0	0	0.5
49	*	*	*	*	*	*	0.2	0	0	0.5
50	*	*	*	*	*	*	0.2	0.3	0	0.3
51	*	*	*	*	*	*	0.2	0.3	0	0.3
52	*	*	*	*	*	*	0.1	0.3	0	0
53	*	*	*	*	*	*	0.1	0.3	0	0
54	*	*	*	*	*	*	0.1	0	0.3	0
55	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0
56	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0
57	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0
58	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0
59	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0
60	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0
61	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0
62	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0
63	*	*	*	*	*	*	0	0	0	0

Примечание: звездочкой отмечены те каналы, которые входят в соответствующую стратегию.

**Таблица 9.** Факторные нагрузки по трем главным компонентам, метод вращения варимакс. Безработные. РМЭЗ 1994–2001 гг.

	Неформальные сети	Формальные посредники	Неформальный индивидуальный поиск
Обращение в ГСЗ	-0.214	0.811	-0.015
Обращение в негосударственные агентства	0.259	0.634	0.090
Обращение к друзьям	0.833	-0.067	-0.057
Обращение к родственникам	0.742	0.087	0.126
Обращение на предприятия	-0.062	-0.045	0.927
Обращение к услугам СМИ	0.378	0.293	0.498

**Таблица 10.** Факторные нагрузки по трем главным компонентам, метод вращения варимакс. Работающие. РМЭЗ 1998–2001 гг.

	Неформальные сети	Формальные посредники	Неформальный индивидуальный поиск
Обращение в ГСЗ	-0.029	0.705	0.083
Обращение в негосударственные агентства	0.002	0.738	-0.030
Обращение к друзьям	0.767	-0.015	-0.348
Обращение к родственникам	0.799	0.151	0.281
Обращение на предприятия	-0.010	0.086	0.928
Обращение к услугам СМИ	0.218	0.574	0.101

**Таблица 11.** Использование типов стратегий среди безработных. РМЭЗ 1994–2001 гг.

Распределение по группам стратегий	Период (волна RLMS, год)						
	V (1994 г.)	VI (1995 г.)	VII (1996 г.)	VIII (1998 г.)	IX (2000 г.)	X (2001 г.)	В целом (1994–2001 гг.)
(1) Неформальные социальные сети, %	19.7	16.3	16.6	21.3	19.4	22.0	19.3
(2) Формальные посредники, %	14.1	18.9	13.0	5.1	3.5	5.1	9.5
(3) Неформальный индивидуальный поиск, %	14.7	14.2	12.0	10.6	13.4	14.1	13.1
(4) Неформальные 2-х типов одновременно, %	19.9	20.6	19.9	23.1	27.8	29.7	23.7
(5) "Комплексные" стратегии, %	31.6	30.1	38.5	40.0	36.0	28.9	34.4

**Таблица 12.** Использование типов стратегий среди работающих. РМЭЗ 1998–2001 гг.

Распределение по группам стратегий	Период (волна RLMS, год)			
	VIII (1998 г.)	IX (2000 г.)	X (2001 г.)	В целом (1998–2001 гг.)
(1) Неформальные социальные сети, %	28.0	28.7	33.2	30.0
(2) Формальные посредники, %	5.0	3.2	3.1	3.7
(3) Неформальный индивидуальный поиск, %	14.6	13.2	17.3	15.0
(4) Неформальные 2-х типов одновременно, %	22.5	27.6	26.0	25.4
(5) "Комплексные" стратегии, %	29.9	27.4	20.4	25.8

**Таблица 13.** Количество используемых каналов поиска. Безработные. РМЭЗ 1994–2001 гг.

	Количество каналов						Всего, чел.
	1, %	2, %	3, %	4, %	5, %	6, %	
1994 г.	43.5	21.5	18.3	10.5	4.8	1.4	503
1995 г.	42.5	22.9	16.4	11.3	4.0	2.8	529
1996 г.	32.9	24.5	18.0	13.4	8.9	2.4	584
1998 г.	26.6	26.5	18.9	14.5	8.8	4.6	668
2000 г.	29.1	21.1	22.1	15.6	6.5	5.7	598
2001 г.	30.9	26.4	21.2	12.7	6.4	2.4	622
Всего	33.7	23.9	19.2	13.1	6.7	3.3	3504

**Таблица 14.** Количество используемых каналов поиска. Работающие. РМЭЗ 1998–2001 гг.

	Количество каналов						Всего, чел.
	1, %	2, %	3, %	4, %	5, %	6, %	
1998 г.	41.5	22.0	19.0	9.3	5.0	3.2	378
2000 г.	37.6	23.2	18.9	10.0	5.3	5.0	380
2001 г.	39.8	29.6	15.6	10.7	3.6	0.8	392
Всего	39.7	25.0	17.8	10.0	4.6	3.0	1150

**Таблица 15.** Deskриптивная статистика. РМЭЗ

	Безработные 1995–2001 гг.		Занятые 1998–2001 гг.	
	Значение	<i>N</i>	Значение	<i>N</i>
Общий трудовой стаж (лет) <sup>8</sup>	13.06	3013	14.83	1156
Продолжительность незанятости не более 3-х мес.	0.25	731	*	*
Продолжительность незанятости более 3-х, но менее 12-ти мес.	0.21	627	*	*

<sup>8</sup> "Сколько лет составляет Ваш общий трудовой стаж?". У ранее не работавших, стаж равен 0 лет. Для тех, кто ранее работал, но нет информации, стаж рассчитывался как разница между возрастом, количеством лет обучения и продолжительностью незанятости.

Продолжение табл. 15

	Безработные 1995–2001 гг.		Занятые 1998–2001 гг.	
	Значение	N	Значение	N
Продолжительность незанятости более 1 года	0.54	1593	*	*
Областные центры	0.41	1234	0.53	620
Города	0.28	860	0.29	342
ПГТ или сельские населенные пункты	0.31	931	0.17	204
Москва и Санкт-Петербург	0.08	224	0.09	96
Северный, Северо-западный район	0.10	291	0.13	141
Центральный, Центрально-Черноземный район	0.18	522	0.19	209
Волга, Волго-Вятский район	0.16	485	0.18	198
Северный Кавказ	0.17	506	0.11	120
Урал	0.15	431	0.16	184
Западная Сибирь	0.12	359	0.10	116
Восточная Сибирь, Дальний Восток	0.05	148	0.05	56
Региональный уровень безработицы	10.90	3025	10.53	1166
Русские	0.82	2462	0.86	996
Украинцы, белорусы, молдаване	0.03	83	0.03	34
Кавказские национальности	0.09	265	0.02	21
Татары, башкиры	0.02	62	0.03	39
Малые народности (чувашаи, мордва, коми)	0.03	102	0.05	54
Прочие национальности (или национальность не определена)	0.01	30	0.02	18
Семейное положение (1 — состоят в браке, 0 — не состоят в браке)	0.58	3017	0.72	1160
Молодежь (16–25 лет)	0.34	1020	0.25	294
Основной трудоспособный возраст (26–49 лет)	0.53	1608	0.65	760
Пожилые (50 лет и более)	0.13	397	0.10	112
Пол (1 — женский, 0 — мужской)	0.50	3025	0.50	1166



Окончание табл. 15

	Безработные 1995–2001 гг.		Занятые 1998–2001 гг.	
	Значение	<i>N</i>	Значение	<i>N</i>
Образование ниже среднего	0.15	441	0.07	86
Среднее образование	0.47	1428	0.42	488
Среднее специальное образование	0.26	800	0.28	327
Высшее образование	0.12	356	0.23	265
Квалифицированные рабочие	0.16	489	0.32	369
Профессионалы с высшим образованием, руководители, военные	0.05	147	0.19	225
Специалисты со средним специальным образованием	0.12	359	0.32	371
Разнорабочие	0.07	219	0.17	200
Профессия не определена или никогда не работали	0.60	1811	0.00	1
Дополнительный семейный доход в расчете на душу, включая респондента (в логарифмической форме)	5.64	2815	5.55	1123
Личный денежный доход (в логарифмической форме)	3.39	3025	5.92	1166
Наличие приработков (1 — есть, 0 — нет).	0.24	3025	0.11	1166

**Таблица 16.** Анализ детерминант выбора каналов поиска работы безработными. Оценки пробит регрессии. РМЭЗ 1995–2001 гг. (объединенный массив)

	1	2	3	4	5	6
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Работодатель	СМИ
1996 г.	0.0396	-0.0001	0.0538**	0.0845***	0.0417	0.0465
1998 г.	-0.1078***	0.0509**	0.1338***	0.1152***	0.0657**	0.1533***
2000 г.	-0.1347***	0.0593***	0.1248***	0.1104***	0.1239***	0.1526***
2001 г.	-0.1311***	0.0292	0.1051***	0.0723**	0.0992***	0.1256***
Молодежь (16–25)	-0.0454	-0.0154	-0.0336	0.0386	0.0441	-0.0007
Пожилые (50+)	-0.1030***	-0.0396	-0.0989***	-0.0918**	-0.1482***	-0.1323***
Пол (женщины)	0.1070***	-0.0081	-0.0971***	-0.0163	-0.0801	0.0345
Состоят в браке	0.0154	-0.0252	-0.0155	0.0442**	-0.0469**	-0.0275
Образование ниже среднего	-0.0029	-0.0096	-0.0278	0.0106	0.0425	-0.0017
Среднее специальное образование	-0.024	0.0021	0.0522***	0.0570**	0.0652***	0.0623***
Высшее образование	0.0842***	0.0457**	0.0961***	0.1202***	0.1312***	0.1357***
Украинцы, белорусы, молдаване	0.041	-0.026	-0.1091**	-0.1138**	-0.0101	-0.1128**
Кавказские национальности	-0.0993**	-0.0408	0.0166	0.2227***	-0.0203	0.0728
Татары, башкиры	-0.0803	-0.0219	0.0237	-0.0421	0.058	-0.1009
Малые российские народности	0.1276***	0.0003	-0.1802***	-0.0705	-0.0976**	-0.2293***
Прочие национальности	-0.1762**	0.1026	0.1305	0.0209	-0.1598	0.0078

Продолжение табл. 16

	1	2	3	4	5	6
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Работодатель	СМИ
Профессионалы с высшим образованием, руководители	0.0098	0.0036	-0.0487	-0.0805	-0.0998**	-0.1343***
Профессионалы со средним специальным образованием	-0.0239	-0.0247	0.0711**	0.0566	-0.1366***	-0.0299
Разнорабочие	-0.0689**	0.0251	-0.0356	0.0174	-0.0069	-0.062
Профессия не определена или никогда не работали	-0.0560**	-0.0244	0.002	0.0016	-0.1214***	-0.0241
Трудовой стаж (лет)	0.0011	0.0001	-0.0015	-0.0013	0.0074***	-0.001
Не работает не более 3-х мес.	-0.0552**	-0.0276	-0.0058	-0.0255	-0.0365	-0.0391
Не работает более года	0.002	-0.0112	-0.0299	-0.0189	-0.0232	-0.0540**
Логарифм личных доходов	0.0013	-0.0033	-0.0073**	-0.0057**	-0.0087***	-0.0110***
Логарифм дополнительного семейного дохода	-0.0032	0.0007	0.0051	-0.0019	0.0007	0.0035
Наличие приработков	-0.0504**	0.0176	0.1055***	0.0549**	0.0357	0.1009***

Окончание табл. 16

	1	2	3	4	5	6
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Работодатель	СМИ
Региональный уровень безработицы	0.0145***	0.0001	0.0026	-0.0004	0.006	-0.0022
Областной центр	-0.0918***	0.0076	0.0212	0.0111	-0.1380***	0.0875***
ПГТ или село	-0.0787***	-0.0669***	-0.0999***	-0.0404	0.0106	-0.1991***
Константа (коэффициент)	-0.4666**	-0.7412**	0.639**	-0.6071**	0.0845	-0.0122
Число наблюдений	2675	2673	2672	2665	2674	2672

Примечание: Приведены значения предельных эффектов для средних значений ( $df/dx$ ).  
 \*\*\* — уровень значимости 1%; \*\* — уровень значимости 5%.

**Таблица 17.** Анализ детерминант выбора каналов поиска работы работающими. Оценки пробит регрессии. РМЭЗ 1998–2001 г. (объединенный массив).

	1	2	3	4	5	6
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Работодатель	СМИ
2000 г.	-0.0187	-0.0088	0.1006***	0.0115	0.1067**	-0.0789**
2001 г.	-0.0619	-0.0696**	0.0691	-0.0619	0.0806	-0.1574***
Молодежь (16–25)	-0.0202	0.0366	-0.0344	0.0481	0.0128	-0.0221
Пожилые (50+)	0.2427***	0.0141	-0.0355	0.0335	0.1371**	0.0524
Пол (женщины)	0.0713**	-0.0392**	-0.0706**	0.0578	-0.0584	0.0998***
Состоят в браке	-0.0174	-0.0261	-0.0201	-0.0207	0.0509	-0.0351
Образование ниже среднего	-0.0506	-0.0291	-0.0124	0.0242	0.0734	0.0639
Среднее специальное образование	-0.0104	-0.0064	0.0226	0.0262	0.0675	-0.0295
Высшее образование	-0.0267	-0.0142	-0.0375	0.0127	0.0549	0.0261
Украинцы, белорусы, молдаване	-0.0441	-0.044	-0.1448**	-0.0021	0.0533	-0.0852
Кавказские национальности	-0.0956	0.1135	0.131	0.2181**	-0.1899**	0.0623
Татары, башкиры	-0.0641	-0.0963**	-0.1272**	-0.2112***	0.0202	-0.3058***
Малые российские народности	-0.0009	-0.0309	0.076	-0.0055	-0.0826	-0.1492**
Прочие национальности	-0.171**	0.0513	-0.0292	-0.0728	-0.0615	0.0176

Продолжение табл. 17

	1	2	3	4	5	6
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Работодатель	СМИ
Профессионалы с высшим образованием, руководители	-0.0685	-0.0133	0.0733	-0.062	-0.1215**	-0.1211**
Профессионалы со средним специальным образованием	-0.028	-0.0178	0.0783**	-0.0177	-0.0621	-0.0892**
Разнорабочие	0.0075	0.0185	0.0515	0.0519	0.0196	0.0329
Трудовой стаж (лет)	-0.0001	0.0016	-0.0015	-0.0001	0.0038	-0.0024
Логарифм личных доходов	0.0003	-0.0017	0.0028	0.000	0.0110**	0.0095
Логарифм дополнительного семейного дохода	0.0076	-0.0012	0.0021	0.0109**	-0.001	-0.0019
Наличие приработков	0.038	0.0513	0.0049	0.0373	-0.0853**	-0.0113
Региональный уровень безработицы	0.0106	-0.0052	0.0142**	-0.0035	0.0171**	-0.0208***
Областной центр	-0.0618	0.0226	0.0153	-0.0432	-0.0861**	0.0849**
ПГТ или село	0.019	-0.0103	-0.0466	-0.0391	0.0343	-0.1393***
Константа (коэффициент)	-0.9769***	-0.8689**	0.2637	-0.8901***	-1.3425***	-0.0801
Число наблюдений	1059	1055	1063	1052	1057	1057

Примечание: Приведены значения предельных эффектов для средних значений ( $dF/dx$ ).

\*\*\* — уровень значимости 1%; \*\* — уровень значимости 5%.

**Таблица 18.** Выбор стратегии поиска. Оценки мультиномиальной логистической регрессии. Безработные. РМЭЗ 1995–2001 г. (объединенный массив)

	Выбор стратегии / укрупненные группы (multi logit coefficients)			
	Формальные посредники	Неформальный индивидуальный поиск	Неформальный поиск (2-х типов)	Комплексные стратегии
1996 г.	-0.2727	-0.0673	-0.0292	0.3399**
1998 г.	-1.8676***	-0.2458	-0.0926	-0.1284
2000 г.	-1.7968***	-0.1089	0.1358	-0.0322
2001 г.	-1.2617***	-0.0325	0.2039	-0.0894
Молодежь (16–25)	0.4575**	0.5439**	0.3681**	0.1066
Пожилые (50+)	-0.7624**	-0.0587	-1.0765***	-1.1678***
Пол (женщины)	0.8905***	0.2347*	-0.1486	0.2200**
Состоят в браке	0.0424	-0.2316*	-0.2115*	-0.1814*
Образование ниже среднего	-0.4103*	-0.0767	-0.2606*	-0.1501
Среднее специальное образование	-0.2307	0.0044	0.4027***	0.1712
Высшее образование	-0.0621	-0.2121	0.3828**	0.5534***
Украинцы, белорусы, молдаване	0.5006	0.4504	-0.4422	-0.0119
Кавказские национальности	-0.9071**	-0.6086*	0.0644	-0.5806**
Татары, башкиры	-0.7931	0.1653	-0.4998	-0.3657
Малые российские народности	0.8266**	0.1650	-1.2355***	0.0042
Прочие национальности	-1.1201	-1.6236*	-0.0169	-0.1529
Профессионалы с высшим образованием, руководители	-0.0290	-0.2983	-0.7451**	-0.4850*

Окончание табл. 18

	Выбор стратегии / укрупненные группы (multi logit coefficients)			
	Формальные посредники	Неформальный индивидуальный поиск	Неформальный поиск (2-х типов)	Комплексные стратегии
Профессионалы со средним специальным образованием	-1.1125***	-0.7964***	-0.7099***	-0.5231**
Разнорабочие	-0.0113	-0.0292	-0.0395	-0.1095
Профессия не определена или никогда не работали	-0.4772**	-0.4315**	-0.5555***	-0.5377***
Трудовой стаж (лет.)	0.0435***	0.0354***	0.0314***	0.0258***
Не работает не более 3-х месяцев	-0.4839**	-0.3239*	-0.2920*	-0.5977***
Не работает более года	-0.1596	-0.1023	-0.2409*	-0.2499*
Логарифм личных доходов	0.0455*	-0.0012	-0.0211	-0.0161
Логарифм дополнительного семейного дохода	-0.0328	-0.0119	-0.0006	-0.0126
Наличие приработков	-0.4880**	-0.5363***	0.0981	-0.1930
Региональный уровень безработицы	0.0484	-0.0517*	-0.0092	0.0429*
Областной центр	-0.4020**	-0.4795***	-0.1430	-0.3966***
ПГТ или село	0.1889	0.3972**	-0.0308	-0.4379***
Константа	-1.4779**	0.6148	1.0197**	1.2797***

Примечание: За базовую принята первая группа стратегий — неформальные социальные сети.

Число наблюдений — 2654; Log likelihood — -3716.2395; Pseudo R2 — 0.0694.

\* — уровень значимости 10%, \*\* — уровень значимости 5%, \*\*\* — уровень значимости 1%.



**Таблица 19.** Выбор стратегии поиска. Оценки мультиномиальной логистической регрессии. Работающие. РМЭЗ 1998–2001 гг. (объединенный массив).

	Выбор стратегии / укрупненные группы (multi logit coefficients)			
	Формальные посредники	Неформальный индивидуальный поиск	Неформальный поиск (2-х типов)	Комплексные стратегии
2000 г.	-0.6429	-0.3750	0.1406	-0.0004
2001 г.	-0.9283*	-0.4509	-0.2348	-0.5965**
Молодежь (16–25)	-0.7864	0.0935	-0.1017	-0.0009
Пожилые (50+)	1.0219*	0.4933	0.6722*	1.3227***
Пол (женщины)	0.2495	0.4303**	0.0743	0.3583**
Состоят в браке	0.4517	0.1993	0.1699	-0.2267
Образование ниже среднего	-0.0305	-0.0026	0.2666	-0.0412
Среднее специальное образование	-0.1576	-0.0833	-0.0138	-0.0081
Высшее образование	-0.1670	0.4252*	0.2478	0.2220
Украинцы, белорусы, молдаване	-0.4351	-0.1975	-0.1731	-0.5718
Кавказские национальности	-30.9424***	-1.6030*	-0.4357	-0.1789
Татары, башкиры	0.4346	0.1109	-1.6604***	-1.5863***
Малые российские народности	-31.7876***	-1.4558**	-1.3062***	-0.7262**
Проч. национальности	0.0691	-0.5080	-0.0807	-0.4535
Профессионалы с высшим образованием, руководители	0.3523	-0.9595***	-0.4584*	-0.9672***
Профессионалы со средним специальным образованием	0.0713	-0.8485***	-0.1646	-0.5074**

Окончание табл. 19

	Выбор стратегии / укрупненные группы (multi logit coefficients)			
	Формальные посредники	Неформальный индивидуальный поиск	Неформальный поиск (2-х типов)	Комплексные стратегии
Разнорабочие	0.0704	-0.1494	0.1619	0.1741
Профессия не определена или никогда не работали	0.4650	-0.5238	33.4853***	-1.1168**
Трудовой стаж (лет.)	0.0045	0.0160	-0.0080	0.0017
Логарифм личных доходов	-0.0556	0.0713**	0.0331	0.0163
Логарифм дополнительного семейного дохода	-0.0273	0.0039	-0.0286	0.0124
Наличие приработков	0.0492	-0.1331	-0.3617	0.0492
Региональный уровень безработицы	-0.0264	-0.0582	0.0209	0.0483
Областной центр	-0.9872**	0.0721	-0.0589	-0.0814
ПГТ или село	-0.0026	0.2756	-0.1472	-0.0678
Север, Северо-Западный	0.4013	1.0258*	0.8311*	0.7418
Центральный, Централь- но-Черноземный	-0.3948	0.1180	0.1776	-0.1985
Волга, Волго-Вятский.	-0.5089	0.6075	0.2621	-0.0614
Северный Кавказ	-1.3104	1.0193*	0.1862	-0.2807
Урал	-0.9230	1.0076**	0.4823	0.1896
Западная Сибирь	-0.5684	0.7352	0.4374	0.4148
Восточная Сибирь, Дальний Восток	0.3827	0.9491*	-0.2607	0.0385
Константа	-0.4758	-1.1764	-0.5439	-0.5152

Примечание: За базовую принята первая группа стратегий — неформальные социальные сети.

Число наблюдений — 1049; Log likelihood — -1453.078; Pseudo R2 — 0.0561.

\* — уровень значимости 10%, \*\* — уровень значимости 5%, \*\*\* — уровень значимости 1%.

**Таблица 20.** Выбор количества каналов поиска. Оценки порядковой пробит регрессии. Безработные. РМЭЗ 1995–2001 г. (объединенный массив)

	Выбор количества каналов / безработные	
	Коэффициент	Robust Std. Err.
1996 г.	0.2144***	0.0684
1998 г.	0.3030***	0.0843
2000 г.	0.3253***	0.0711
2001 г.	0.2443***	0.0709
Молодежь (16–25)	–0.0171	0.0687
Пожилые (50+)	–0.4714***	0.0989
Пол (женщины)	–0.0634*	0.0455
Состоят в браке	–0.0403	0.0467
Образование ниже среднего	–0.0112	0.0681
Среднее специальное образование	0.1729***	0.0520
Высшее образование	0.4313***	0.0762
Украинцы, белорусы, молдаване	–0.2565**	0.1341
Кавказские национальности	0.1137	0.1012
Татары, башкиры	–0.1228	0.1448
Малые российские народности	–0.3577***	0.1268
Прочие национальности	0.0275	0.1632
Профессионалы с высшим образованием, руководители	–0.2593**	0.1183
Профессионалы со средним специальным образованием	–0.0563	0.0841
Разнорабочие	–0.0655	0.0909
Профессия не определена или никогда не работали	–0.1534***	0.0617
Трудовой стаж (лет.)	0.0028	0.0034
Не работает не более 3-х мес.	–0.1354**	0.0622
Не работает более года	–0.0874*	0.0553
Логарифм личных доходов	–0.0253***	0.0075
Логарифм дополнительного семейного дохода	0.0043	0.0093
Наличие приработков	0.1880***	0.0557
Региональный уровень безработицы	0.0161*	0.0103
Областной центр	–0.0703	0.0551
ПГТ или село	–0.3604***	0.0609

Примечание: Число наблюдений — 2676; Log likelihood — –4189.6434; Pseudo R2 — 0.0259.

\* — уровень значимости 10%, \*\* — уровень значимости 5%, \*\*\* — уровень значимости 1%.

**Таблица 21.** Выбор количества каналов поиска. Оценки порядковой пробит регрессии. Работающие 1998–2001 г. (объединенный массив)

	Выбор количества каналов / работающие	
	Коэффициент	Robust Std. Err.
2000 г.	0.1366	0.1124
2001 г.	-0.1001	0.1243
Молодежь (16–25)	-0.0141	0.1121
Пожилые (50+)	0.3799***	0.1566
Пол (женщины)	0.0544	0.0814
Состоят в браке	-0.0581	0.0791
Образование ниже среднего	0.0475	0.1348
Среднее специальное образование	0.0570	0.0882
Высшее образование	0.0360	0.1121
Украинцы, белорусы, молдаване	-0.2190	0.2006
Кавказские национальности	0.1530	0.2867
Татары, башкиры	-0.9277***	0.1998
Малые российские народности	-0.1828	0.1744
Прочие национальности	-0.2377	0.2931
Профессионалы с высшим образованием, руководители	-0.2669**	0.1267
Профессионалы со средним специальным образованием	-0.1071	0.1014
Разнорабочие	0.1321	0.1105
Профессия не определена или никогда не работали	0.9490***	0.2243
Трудовой стаж (лет.)	-0.0017	0.0057
Логарифм личных доходов	0.0142	0.0129
Логарифм дополнительного семейного дохода	0.0127	0.0142
Наличие приработков	0.0235	0.1103
Региональный уровень безработицы	0.0165	0.0192
Областной центр	-0.0482	0.0831
ПГТ или село	-0.1349	0.1074

Примечание: Число наблюдений — 1065; Log likelihood — -1540.80; Pseudo R2 — 0.0240.

\* — уровень значимости 10%, \*\* — уровень значимости 5%, \*\*\* — уровень значимости 1%.

**Таблица 22.** Смена статуса экономической активности безработными в раунде  $t + 1$ . РМЭЗ 1994–2000 гг.

	Раунд					Всего
	5	6	7	8	9	
Количество безработных в раунде $t$ , чел.	373	398	448	508	516	2243
Из них имели статус в раунде $t + 1$						
Занятые, %	42.1	37.4	36.4	42.9	39.3	39.7
Безработные, %	27.6	30.7	26.3	22.8	28.3	27.0
Экономически неактивные, %	30.3	31.9	37.3	34.3	32.4	33.3

**Таблица 23.** Эффективность трудоустройства по каналам поиска работы. РМЭЗ 1994–2000 гг.

	Каналы поиска					
	ГСЗ	Негосударственные агентства	Друзья	Родственники	Предприятие	СМИ
Количество безработных в раунде $t$ , чел.	877	304	1510	845	1101	799
Из них имели статус в раунде $t + 1$						
Занятые, %	40.9	48.7	42.8	41.3	41.9	44.6
Безработные, %	30.2	26.6	27.4	29.2	27.1	29.7
Экономически неактивные, %	28.8	24.7	29.8	29.5	31.1	25.8

**Таблица 24.** Эффективность трудоустройства по типам стратегий поиска работы. РМЭЗ 1994–2000 гг.

	Типы стратегий					Всего
	Неформальные социальные сети	Формальные посредники	Неформальный индивидуальный поиск	Неформальный поиск 2-х типов	Комплексные стратегии	
Количество безработных в раунде $t$ , чел.	413	240	297	489	775	2214
Из них имели статус в раунде $t + 1$						
Занятые, %	39.2	31.7	31.0	40.9	45.2	39.7
Безработные, %	20.8	28.8	23.2	228.6	29.4	26.7
Экономически неактивные, %	40.0	39.6	45.8	30.5	25.4	33.5

**Таблица 25.** Эффективность трудоустройства в зависимости от количества используемых каналов поиска работы. РМЭЗ 1994–2000 гг.

	Количество каналов поиска						Всего
	1	2	3	4	5	6	
Количество безработных в раунде $t$ , чел.	781	509	409	290	153	72	2214
Из них имели статус в раунде $t + 1$							
Занятые, %	34.7	38.7	42.1	42.1	51.6	54.2	39.7
Безработные, %	23.0	25.9	30.3	31.4	30.1	26.4	26.7
Экономически неактивные, %	42.3	35.4	27.6	26.6	18.3	19.4	33.5

**Таблица 26.** Влияние способов поиска работы на эффективность поиска. Зависимая переменная — вероятность найти работу в раунде  $t + 1$ . Оценки пробит регрессии

	Влияние канала поиска	Влияние стратегии поиска	Влияние количества каналов (1)	Влияние количества каналов (2)
ГСЗ	0.0148			
Негосударственные агентства	0.0611**			
Друзья	0.0392*			
Родственники	0.0123			
Обращение на предприятие	0.0447**			
СМИ	-0.0152			
2-я группа стратегий (формальные посредники)		-0.0588*		
3-я группа стратегий (неформальный индивидуальный поиск)		-0.0867**		
4-я группа стратегий (неформальные каналы 2-х типов)		-0.0256		
5-я группа стратегий (комплексные)		0.0182		
2 канала			0.0422	
3 канала			0.0490	
4 канала			0.0446	
5 каналов			0.1245***	
6 каналов			0.1442**	
Количество каналов				0.0235***
1995 г.	-0.0238	-0.0221	-0.0231	-0.0225
1996 г.	-0.0077	-0.0080	-0.0090	-0.0076
1998 г.	0.1247***	0.1295***	0.1229***	0.1247***
2000 г.	0.0260	0.0305	0.0254	0.0259
Молодежь (16–25)	0.0406	0.0437	0.0392	0.0415
Пожилые (50+)	-0.2142***	-0.2146***	-0.2131***	-0.2153***

Окончание табл. 26

	Влияние канала поиска	Влияние стратегии поиска	Влияние количества каналов (1)	Влияние количества каналов (2)
Пол (женщины)	-0.0211	-0.0262	-0.0277	-0.0292
Состоят в браке	0.0811***	0.0760***	0.0786***	0.0790***
Образование ниже среднего	-0.0304	-0.0310	-0.0291	-0.0302
Среднее специальное образование	0.0279	0.0299	0.0254	0.0267
Высшее образование	0.1752***	0.1784***	0.1701***	0.1705***
Украинцы, белорусы, молдаване	-0.0798	-0.0762	-0.0632	-0.0643
Кавказские национальности	-0.1879***	-0.1918***	-0.1931***	-0.1928***
Татары, башкиры	0.0408	0.0439	0.0436	0.0477
Малые российские народности	-0.0422	-0.0485	-0.0362	-0.0387
Прочие национальности	-0.0794	-0.0912	-0.0616	-0.0597
Трудовой стаж (лет.)	-0.0019	-0.0015	-0.0018	-0.0017
Не работает не более 3-х мес.	-0.0085	-0.0106	-0.0089	-0.0085
Не работает более года	-0.1617***	-0.1641***	-0.1659***	-0.1651***
Логарифм личных доходов	-0.0038	-0.0040	-0.0033	-0.0032
Логарифм дополнительного семейного дохода	0.0007	0.0005	-0.0006	-0.0008
Наличие приработков	0.1014***	0.1057***	0.0970***	0.0947***
Региональный уровень безработицы	-0.0197***	-0.0202***	-0.0194***	-0.0194***
Областной центр	0.0173	0.0122	0.0165	0.0157
ПГТ или село	0.0021	0.0104	0.0088	0.0078
Константа (коэффициент)	0.1616	0.3778	0.2477	0.1886
Число наблюдений	2014	2014	2042	2042
Псевдо R2	0.1028	0.1023	0.1019	0.1012

Примечание: Приведены значения предельных эффектов для средних значений ( $df/dx$ ).  
 Во втором уравнении за базовую принималась стратегия поиска первого типа — обращение только к друзьям и родственникам (неформальные социальные сети).  
 В третьем уравнении за базу принималось использование только одного канала поиска.  
 \*\*\* — уровень значимости 1%; \*\* — уровень значимости 5%; \* — уровень значимости 10%.



## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Кабалина В., Козина И.М. и др. (2000) Государственные и частные службы занятости на рынке труда, *Исследование эффективности формальных посредников при трудоустройстве*, М.: РОССПЭН.
- Козина И.М. (1997) Поведение на рынке труда: анализ трудовых биографий, *Социологические исследования* **4**, 55–63.
- Козина И.М. (1999) Реструктурирование рынка труда и каналы мобильности, *Занятость и поведение домохозяйств: адаптация к условиям перехода к рыночной экономике в России*, под. ред. В. Кабалиной и С. Кларка, М.: РОССПЭН, 172–200.
- Матвеев В., Савельев П. (2003) *Стратегии поиска работы на российском рынке труда и роль государственной службы занятости*, М.: НИСП, mimeo.
- Социальное положение и уровень жизни населения России, *Статистический сборник* (2002) М.: Госкомстат России.
- Труд и занятость в России, *Статистический сборник* (1999) М.: Госкомстат России.
- Труд и занятость в России, *Статистический сборник* (2001) М.: Госкомстат России.
- Услуги по подбору персонала в России* (1998) М.
- Экономическая активность населения России (по результатам выборочных обследований), *Статистический сборник* (2002) М.: Госкомстат России.
- Якубович В. (2002) Институты, социальные сети и рыночный обмен: подбор работников и рабочих мест в России, *Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу*, М.: РОССПЭН, 210–251.
- Addison J., Portugal P. (2001) Job search methods and outcomes, *IZA Discussion papers* 349.
- Blau D.M., Robins P.K. (1990) Job Search Outcomes for the Employed and Unemployed, *Journal of Political Economy* **98**, 637–655.
- Boheim R., Taylor M.P. (2001) *Job Search Methods, Intensity and Success in Britain in the 1990s* (2nd draft).
- Burdett K., Wright R. (1994) *Two-Sided Search*, USA, Federal Reserve Bank of Minneapolis.
- Granovetter M. (1987) The Sociological and Economic Approaches to Labor Market Analysis: A Sociological Structural View, *The American Journal of Sociology* **122** (4), 233–263.
- Holzer H.J (1987a) Informal Job Search and Black Youth Unemployment, *American Economic Review* **77**, 446–452.
- Holzer H.J (1988) Search Methods Use by Unemployed Youth, *Journal of Labor Economics* **6**(1), 1–20.

Holzer H.J. (1987b) Job Search by Employed and Unemployed Youth, *Industrial and Labor Relations Review* **40** (4), 601–611.

Koning P., van den Berg G.J., Rider G. (1997) A Structural Analysis of Job Search Methods and Subsequent Wages, *Working Paper of Tinbergen Institute*, Amsterdam.

Kuhn P., Skuterud M. (2001) *Does Internet Job Search Reduce Unemployed Workers' Jobless Durations?* (2<sup>nd</sup> draft).

Layard R., Nickel S., Jackman R. (1991) Unemployment. *Macroeconomics Performance and the Labour Market*, Oxford: Great Britain.

Lindeboom M., van Ours J.C., Renes G. (1994) *Matching Employers and Workers: An Empirical Analysis on the Effectiveness of Search*, Oxford: Great Britain.

McKenna C.J. (1990) The Theory of Search in Labour Markets, in: D. Sapsford and Z. Tzannatos, eds., *Current issues in Labour Economics*, London: Great Britain, 33–62.

Montgomery J.D. (1991) Social Networks and Labor-Market Outcomes: Toward an Economic Analysis, *American Economic Review* **81**, 1408–1418.

Mortensen D.T. (1986) Job Search and Labor Market Analysis, in: O. Ashenfelter, and R. Layard, eds., *Handbook of Labor Economics*, Vol. II (Elsevier Science Publishers B.V., Great Britain), 849–870.

Mortensen D.T., Pissarides C.A. (1999) New Developments in Models of Search in the Labor Market, in: O. Ashenfelter and D. Card, eds., *Handbook of Labor Economics*, Vol. III, Elsevier Science B.V., Great Britain, 2567–2627.

Osberg L. (1993) Fishing in Different Pools: Job Search Strategies and Job Finding Success in Canada in the Early 1980s, *Journal of Labor Economics* **11**, 348–386.

Van den Berg, G. J. and B. Van der Klaauw (2001) Counseling and Monitoring of Unemployed Workers: Theory and Evidence from a Controlled Social Experiment, *IFAU Working Paper* 12.

Van den Berg G.J. (1999) Empirical Inference with Equilibrium Search Models of the Labour Market, *The Economic Journal* **109**, 283–306.

Wadsworth J. (1991) Unemployment Benefits and Search Effort in the UK Labour Market, *Economica New Series* Vol. 58, Issue 222, 17–34.