

На правах рукописи

Патласов Олег Юрьевич

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ МАРКЕТИНГА
В РЕГУЛИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА**

Специальности:

08.00.01 - Экономическая теория

08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством
(макрэкономика)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Томск – 2003

Работа выполнена на кафедре политической экономии
Томского государственного университета

Научный консультант: доктор экономических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ
Александр Петрович Бычков

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки РФ
Всеволод Всеволодович Куликов

доктор экономических наук, профессор
Юрий Арсеньевич Журавский

доктор экономических наук, профессор
Титова Валентина Алексеевна

Ведущая организация: Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова

Защита состоится «5» ноября 2003 года в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 212.267.11 в Томском государственном университете по адресу: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Томского государственного университета

Автореферат разослан «4» октября 2003 года

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор экономических наук,
профессор

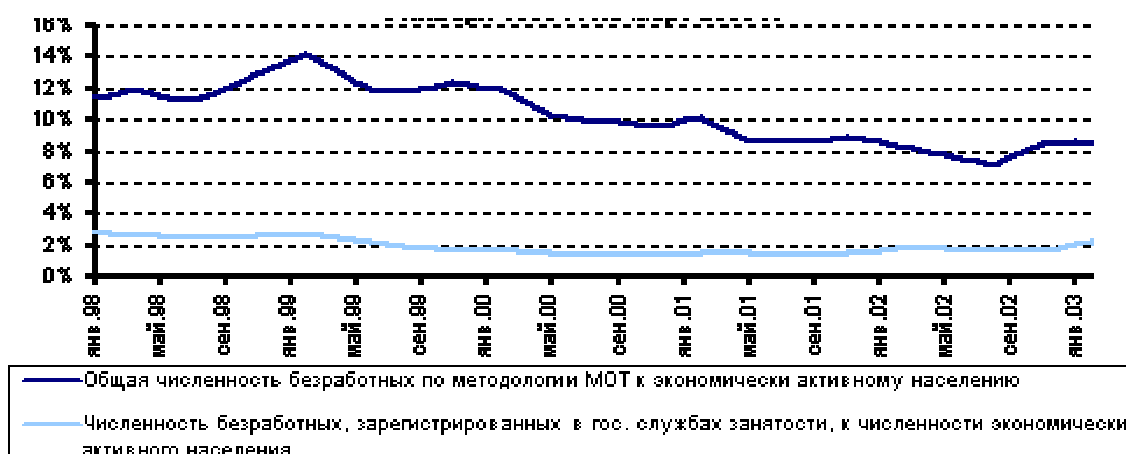
Коломиец Татьяна Ивановна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования.

Актуальность менеджмента рынка труда тесно связана со сменой экономической парадигмы общества, с качественными изменениями в потребностях и интересах нового экономического человека в условиях рынка. На уровне политических преимуществ централизованно-управляемых экономик декларировались полная занятость и повышение эффективности труда занятых, политика по отношению к открытой безработице отсутствовала. Отрицание безработицы советской экономической школой привело к тому, что при всей остроте проблемы ощущается дефицит целостных исследований вопросов занятости и безработицы в трансформационном движении рынка рабочей силы. Создание новой модели занятости и регулирования вынужденной безработицы потребовали теоретического обоснования политики на рынке труда в транзитивной экономике России. Начиная с 1992 г. в России сложился существенный количественный и качественный дисбаланс между изменением спроса и предложения на рынке труда, что проявилось в устойчивой тенденции роста безработицы. Некоторое реальное улучшение конъюнктуры рынка труда в последние 3 года сопровождалось сохранением высокой доли тайной занятости и увеличением "скрытых" безработных. Количество безработных в России на начало 2003 г. составило 5 млн. 145 тыс. чел., а уровень безработицы, рассчитанный по методике МОТ, приблизился к 7,1% (рис. 1).

Инициатива в частном секторе экономики соседствует с ее общей криминализацией, развитием неформальной занятости, девальвацией добросовестного труда в бюджетной сфере, при существенных задержках с выплатой заработной платы, падением качества жизни основной массы россиян. Реальную опасность для России представляет деградация структуры рабочих мест и человеческого потенциала из-за снижения занятости в высокотехнологичных областях.



Источник: Госкомстат РФ

Рис. 1. Динамика численности безработных (общих и зарегистрированных) к экономически активному населению с января 1998 г. по март 2003 г.

Генеральное соглашение между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством

Российской Федерации на 2002-2004 годы обозначает стратегическую цель в области занятости и рынка труда в среднесрочной перспективе. Ею является создание в России эффективного цивилизованного рынка труда, оперативно обеспечивающего работодателя рабочей силой необходимой квалификации, а работника - работой, достойной заработной платой и условиями труда, отвечающими требованиям безопасности и гигиены.

Через механизм рынка труда устанавливаются уровни занятости населения и оплаты труда. Существенным следствием происходящих на этом рынке процессов, является безработица - в целом негативное социально-экономическое явление, однако ряд потоков безработицы неизбежен. Занятость является необходимым условием для воспроизводства населения, от нее зависят уровень жизни, издержки общества, работодателей и граждан на подбор, подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров, на их трудоустройство, на материальную поддержку лиц, оставшихся без работы. Занятость населения, безработица, конкурентоспособность рабочей силы и, в целом ситуация на рынке труда относятся к ключевым макроэкономическим показателям. Рынок труда является одним из индикаторов, состояние которого позволяет судить о национальном благополучии, стабильности, эффективности социально-экономических процессов. Складывающаяся многоукладная экономика России предъявляет новые требования к качеству рабочей силы, ее профессионально-квалификационному составу и уровню подготовки, обостряет конкуренцию между работниками, что с неизбежностью актуализирует задачи оценки закономерностей и тенденций развития рынка труда.

Государственная политика на рынке труда охватывает два направления. Во-первых, регулирование уровня и продолжительности безработицы, во-вторых, социальную защиту безработных. Важнейшей макроэкономической задачей является снижение уровня безработицы до естественного уровня, т.к. к естественной безработице относятся те ее виды, которые полностью неустраняемы и сопутствуют долговременному равновесию рынка труда. Регулирующий потенциал государства направляется, прежде всего, на технологическую, структурную, региональную безработицу. Мировая тенденция роста нормы естественной безработицы, объясняемая повышением уровня социально-экономической защиты населения, разной рыночной властью занятых и безработных, демонстрирует взаимосвязь различных аспектов государственного регулирования рынка рабочей силы. Социальные гарантии для занятых, как и социальная защита безработных, должны строиться на базе реальных возможностей экономики. Воздействия на область занятости желательно осуществлять такими рычагами, которые вызывают минимальные инфляционные последствия; попытки поддержания искусственно низкой безработицы в итоге оборачиваются стагфляцией. Активные меры, направленные на увеличение спроса на труд, предполагают наличие существенных финансовых затрат, поэтому превалирование активной политики занятости в наших условиях выглядит более чем проблематично. Применение маркетинг-менеджмента рынка труда на макроэкономическом уровне означает ориентацию управления маркетингом на уро-

вень, временные границы, структуру спроса на труд в соответствии с поставленными национальными приоритетами и целями.

Негативные последствия переходного периода отклонили в сторону российскую промышленность от общемировой траектории; переход к информационному обществу осуществляется с задержкой. В отечественной экономике требуется как восстановление традиционного производства, так и поиск ресурсов для развития авангардных отраслей народного хозяйства. Требования структурной перестройки мировой экономики, обострение конкуренции как на внутреннем так и внешнем рынке труда предъявляют требования к региональной, международной, профессионально-квалификационной мобильности рабочей силы. Данные обстоятельства поставили задачи повышения гибкости рынка труда через его флексибилизацию. Широкое распространение получили нетипичные формы занятости. Дисбаланс на рынке рабочей силы имеет два аспекта: объемный (спрос - предложение) и финансово-стоимостной (соотношение между равновесной и фактической оплатой труда). Исходя из этого, под гибкостью рынка труда, отражающей способность к структурной адаптации изменяющихся условий, понимается способность корректировки объемных показателей в ответ на финансово-стоимостное изменение.

Западная экономическая мысль активно обсуждает проблему дерегулирования рынка труда, ослабления системы социальных гарантий для восстановления конкурентных начал, уменьшения регулирующей роли законодательных положений области трудового права в пользу индивидуальных трудовых контрактов. В ряде стран активно проводится реконструкция системы страхования безработицы. Россия не может слепо копировать зарубежный опыт частичного демонтажа системы государственного регулирования рынка рабочей силы хотя бы потому, что цена труда, размеры пособий по безработице и в целом жизненный уровень россиян далеки от западных показателей. Указанные замечания подтверждают актуальность попыток создания модели механизма рынка труда для стран с трансформационными процессами, сочетающей экономическую эффективность и социальный прогресс.

Актуальность научным исследованиям по проблемам рынка труда придает "неустоявшееся" законодательство. Ряд российских нормативных актов нуждаются не просто в совершенствовании, а в кардинальном изменении содержания. Новый Трудовой Кодекс РФ, периодические изменения в законе "О занятости населения в РФ" являются шагом на пути формирования правового поля на рынке труда, соответствующего процессам транзитивной экономики. Законодательного решения ждут проблемы регулирования материальной помощи частичным безработным и лицам, находящимся в административных отпусках и получающих компенсации из региональных источников, а не средств работодателя. Отсутствует четкое правовое понимание массового увольнения и последствий для работодателей и высвобождаемых в потоке массового увольнения. Помимо создания новой правовой базы не менее важно предусмотреть и механизмы реализации законов. Если в малом бизнесе повсеместно нарушаются права наемных работников, в лучшем случае трудовые отношения регулируются контрактами, чаще

ухудшающими положение работника по сравнению с Трудовым кодексом РФ, что является грубым нарушением российского законодательства, то при эксплоярных формах занятости вовсе отсутствуют гарантии.

Актуальность работы усиливается ограниченным объемом государственных средств, расходуемых на политику занятости; что требует включения в федеральную и региональные программы содействия занятости новых методологических подходов. Таких, например, как маркетинговое управление рынком труда.

Степень разработанности проблемы. Анализ проблем рынка рабочей силы занимает важное значение в произведениях А. Смита, К. Маркса и Ф. Энгельса, Дж. М. Кейнса и др. Несмотря на то, что в отечественной экономической науке теория рынка труда критически анализировалась применительно к странам Запада, тем не менее, был создан серьезный задел по вопросам воспроизводства рабочей силы, социально-демографическим факторам предложения рабочей силы; занятости в социально-ориентированной экономике, регулирования текучести кадров, скрытой и непрямой безработице. Это позволило быстро переориентировать российские экономические исследования в соответствии с возникающими практическими потребностями управления трудом, формированием новых научных школ теории рынка рабочей силы. Вопросы теории и методологии регулирования рынка труда освещались в работах В.И. Плакся, А.В. Кашепова, А.Э. Котляра, В.В. Куликова, И.Е. Заславского. Активное применение макроэкономических моделей нашло отражение в статьях Е.В. Балацкого. Проблеме формирования рынка труда в условиях транзитивной экономики посвящены работы отечественных ученых: М.Г. Гильдингерш, В.А. Кострюкова, Ф.Т. Прокопова, Э. Р. Саруханова, и др. Несмотря на расширение круга исследований многие аспекты самого рынка труда изучены недостаточно. Множественность экономических школ при, казалось бы, серьезной аргументации методологических подходов и методических приемов привела к появлению весьма противоречивых результатов исследований рынка труда. К настоящему времени остаются недостаточно разработанными теоретические основы механизма социального партнерства на российском рынке рабочей силы, влияния процессов глобализации на международные рынки труда. Недостаточно описаны содержание и перспективные модели занятости для стран периферийного капитализма, менеджмент рынков труда с учетом их национальных особенностей. Требуют более обстоятельного изучения вопросы формирования региональной политики занятости в рамках региональной экономики. Вопросам региональных рынков труда и проблемам их регулирования были посвящены статьи Т. Бараненковой, М. Николаева, М. Махатаевой и др. В практической плоскости от ученых требуется методическое обеспечение разработки региональных программ занятости населения. Нестандартные формы занятости были в поле зрения С.А. Ширновой. Зарубежные ученые Н. J. Schloesser, Н. Feeken, С. Hensch, U. Wismer, J. Rensmann, К. Gröpler довольно обстоятельно изучили плюсы и минусы текомпьютинга, тогда как в российской научной печати отсутствуют опубликованные работы по этому направлению. Абсолютно не изучены возможности маркетингового управления рынком рабо-

чей силы; в связи с этим автор обращался к наработкам в области теории и практики маркетинга потребительских товаров и услуг и маркетинга товаров производственного назначения. В ряду известных зарубежных маркетологов - Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг, Т. Амблер, Х. Хершген, Дж.М. Эванс, Б. Берман и др. Сохраняются методические трудности расчета уровня безработицы.

Междисциплинарный характер рассматриваемой проблемы и практический выход предполагает учет результатов экономических исследований и полученных рекомендаций для формирования российского правового поля через внесение изменений как в федеральное законодательство так и региональное нормотворчество. Правовой аспект регулирования занятости исследуется учеными юристами - профессор К.Д. Крылов и др.

Открытие новых специальностей в вузах, как-то: "социальная работа", "регионоведение", "менеджмент персонала", аудит персонала потребовали подготовки учебных пособий по проблемам рынка труда. Можно назвать "Рынок труда и доходы населения" под ред. профессора Н.А. Волгина (М., 1999); "Рынок труда" под общей редакцией В.С. Буланова и Н.А. Волгина (М., 2000); "Экономика труда: экономическая теория труда" авторы С.Ю. Рощин и Т.О. Разумова (М., 2000); "Экономика труда" - Л.А. Еловигов (Омск, 2000) и т.д. Написанию учебного пособия, как известно, предшествуют научные исследования, с тем чтобы для студентов предложить как устоявшиеся знания, так и дискуссионные материалы в проблемных лекциях.

Проблему занятости и безработицы исследуют представители различных наук: экономики (политэкономии, экономикс, конкретной экономики), демографии, социологии, политологии, психологии, юриспруденции, этики и т.д. вплоть до богословия. Эти аспекты взаимосвязаны. Диссертант, во-первых, как экономист, во-вторых, как сторонник в данном вопросе марксистского подхода о приоритете экономических отношений как базисных, видит важность экономического среза проблемы, не умаляя при этом медицинские, социальные, правовые, моральные проблемы безработицы. Во Франции еще с начала 80-х годов произошла специализация компетенции в изучении рынка труда. Специалисты в области макроэкономики демонстрировали значимость общеэкономического феномена для масштабов безработицы (анализ причин безработицы в общеэкономическом контексте); задачей экономистов по труду стала выработка четкого социального аспекта, изучение факторов определяющих формы безработицы, и особенно длительной безработицы. В других развитых странах задачи экономистов по труду взяли на себя социологи промышленности (Industriesoziologen). Сближение позиций юристов, экономистов и социологов на предмет определения занятости как социальной конструкции и/или института было предложено французскими учеными (Guy Caire (1990); Michon, Francois (1995)) в следующей формулировке: "Социальные конструкции институциональных феноменов".

Необходимым этапом исследования становится определение понятийного аппарата. Выявились юридическое толкование и экономический смысл занятости и безработицы. При анализе применяется многоуровневый подход. Так, при

правовом рассмотрении статуса безработного автор исходит из критериев МОТ (международный уровень), национальных законодательств, локальных правовых норм. При экономическом - анализирует отношения на международном рынке труда, национальных рынках, рынках труда регионов, городов, районов, внутрифирменных рынках рабочей силы. Различные оттенки в регулировании занятости выявляются в крупных населенных пунктах и в сельской местности. В работе прослеживается подход к безработице как явлению, присущему любой экономической системе. Это означает, что в централизованно управляемой экономике безработица имеет иные основные формы, чем в рыночной системе; ей присуща, главным образом, скрытая, непрямая, частичная, временная и другие потоки безработицы. Уникальность российского рынка труда проявляется в ярко выраженной региональной декомпозиции, дифференциации; выделилась группа субъектов Федерации с масштабом безработицы в 2-3 раза превышающем среднероссийский уровень, а это требует предложения нестандартных подходов к управлению занятостью.

Актуальность и недостаточная научная разработанность подходов к исследованию процессов на рынке труда в экономиках с трансформационными процессами, практические сложности реализации концепции социального партнерства как элемента государственной политики стран с социально-рыночной экономикой, определили выбор темы, объект, цель и задачи диссертационного исследования.

Цель, задачи и логика исследования. *Генеральная цель* работы состоит в создании теории маркетингового управления рынком рабочей силы.

Указанная цель определила следующие задачи:

1. Теоретико-методологические

1.1. Проанализировать классические и современные теоретические подходы к анализу рынка рабочей силы; обосновать концепцию маркетинга-менеджмента рынка рабочей силы.

1.2. Обосновать возможность применения новых методологических подходов к анализу рынка труда: синергетику, транзитологию; выявить особенности механизма транзитивного рынка рабочей силы;

1.3. Оценить степень сочетания саморегуляции рынка труда с формами государственного регулирования; вскрыть базовые противоречия в самом механизме рынка труда, а также политики занятости;

1.4. Уточнить содержание экономических категорий рынка труда, занятости, безработицы;

1.5. Провести классификацию рынка труда по различным основаниям для целей сегментирования;

1.6. Изучить товар "рабочая сила" в системе маркетинга; предложить основные характеристики, особенности функционирования и принципы изучения рынка рабочей силы;

1.7. Отследить новые тенденции на рынке рабочей силы, связанные с процессом глобализации, ростом информационного сектора услуг;

1.8. Провести аргументацию видовых особенностей безработицы в РФ;

1.9. Ввести в научный оборот оригинальные научные труды по проблемам занятости и безработицы зарубежных ученых.

2. *Прикладные, практические*

2.1. Разработать рекомендации по практическому применению маркетингового инструментария к рынку труда; методы и процедуры маркетинговых исследований рынка рабочей силы

2.2. Предложить критерии сегментирования рыночного пространства и механизм позиционирования товара "рабочая сила" на рынке труда

2.3. Описать функции маркетинга рабочей силы на различных стадиях воспроизводства рабочей силы;

2.4. Провести сравнительный анализ законодательства о занятости населения в РФ и зарубежного;

2.5. Разработать направления государственного регулирования занятости на рынке труда с учетом конъюнктуры, региональных различий в транзитивной экономике;

2.6. Проанализировать реформу страхования по безработице в России и за рубежом;

2.7. Раскрыть специфику регулирования занятости на федеральном и региональном уровнях;

2.8. Рассмотреть опыт применения элементов маркетинга кадровыми агентствами;

2.9. Оценить масштабы распространения нетипичных форм занятости. Представить перспективные модели занятости в информационном секторе, в том числе текомпьютинг;

2.10. Провести микроэкономический анализ динамических измерений на отечественном рынке рабочей силы.

Объект исследования – российский рынок рабочей силы и его участники, занятость и безработица экономически активного населения, институциональные формы регулирования рынка рабочей силы.

Предметом исследования являются социально-экономические отношения, складывающиеся в трансформационном процессе рынка рабочей силы и взаимодействия его субъектов, ориентированных на реализацию своих интересов.

Теоретической и методологической основой диссертации послужили положения общей теории организации и составляющих ее основу системных концепций. Автор исходит из положений марксистского подхода к развитию социально-экономических явлений, позволяющих выявить противоречия, механизм развития рынка труда. Субъекты рынка труда наделены экономическими интересами, баланс и взаимодействие интересов работодателей, работников, государства, общественных организаций лежат в основе механизма рынка труда.

Используя методологический подход Й. Шумпетера можно разделить экономическую науку на анализ и мысль. Экономическая мысль аналогична экономической публицистике, несет национальную окраску, социальную и политическую составляющую, отражает менталитет, а экономический анализ при-

влекая экономико-статистический, математический аппарат, приближает экономическую теорию к точным наукам, позволяет с определенной вероятностью оценивать оптимальную траекторию экономического развития. В прогнозах безработицы, программах содействия занятости населения, при выработке политики занятости полезно опираться на этот методический подход. Традиционная логика "причина-следствие", "причина-результат" не являются порой столь полезными в усложняющемся мире. В диссертационной работе автор пытался учесть все многообразие взаимодействующих, часто разнонаправленных факторов. Такой подход отражает концепция интегрированного маркетинга, по которой продукт и потребитель могут и должны создаваться в одно и то же время. Адаптация маркетингового подхода к рынку труда позволяет интерпретировать готовность работодателя получать рабочую силу для удовлетворения производственных нужд, при этом наемный работник должен прилагать усилия по подготовке своей рабочей силы

Социально-правовая синергетика как методология применяется для анализа социально-политической системы занятости, однако, каузальные экономические связи, например, занятости, инвестиций, инфляции, заработной платы, экономического роста количественно измеряются в рамках традиционных подходов. Анализ трендов на рынке труда осуществлен на основе дескриптивного подхода - установления причинно-следственных связей между уровнем падения производства и сокращением рабочих мест, приватизацией предприятий и масштабами абсолютного высвобождения рабочей силы, развитостью рынка образовательных услуг и масштабами переподготовки кадров и т.д. При написании диссертации использовались методы научной абстракции, анализа и синтеза, индукции и дедукции, системный подход, моделирование процессов, логико-правовой, сравнительно-экономического анализа, балансовый, экспериментирование. Транзитология также рассматривается в качестве методологического основания социально-экономического и политэкономического анализа рынка труда.

Методологическую, теоретическую основу диссертации составили труды зарубежных и отечественных ученых-экономистов, посвященные данной проблематике, нормативно-правовая база. При написании работы автор обращался к информационно-правовой базе "Консультант-плюс" и справочно-правовой системе "Гарант"; правовым стандартам политики занятости, в том числе международным - документам МОТ. При работе автор обращался к монографиям, научным статьям, учебным пособиям, материалам международных, всероссийских научных конференций по проблемам функционирования рынка труда, публикациям в периодической печати.

Эмпирическая основа диссертации - изученные материалы Департамента федеральной службы занятости населения по Омской области, данные мониторинга социально-трудовой сферы, материалы Межгосударственного статистического комитета СНГ, статистические сборники Госкомстата РФ, Омского областного управления статистики, диаграммы и графики Globus Infograpik GmbH, Федерального ведомства по вопросам труда ФРГ, аналитические и ста-

тистические материалы МОТ и Евростата; материалы собственных социологических исследований.

Научная новизна определяется раскрытием и обоснованием ряда концептуальных положений. Новые научные результаты, полученные лично автором в ходе исследования, состоят в следующем:

Разработана модель организации макроэкономического регулирования рынка труда на основе маркетингового управления, а также выработаны рекомендации по формированию гибкого рынка рабочей силы и решению проблем безработицы в России.

В рамках специальности 08.00.01 – Экономическая теория:

1.1. Изучен товар "рабочая сила" в системе маркетинга. Уточнены параметры потребительной стоимости рабочей силы, характеристики товара "рабочая сила". Уточнены основные характеристики, особенности функционирования и принципы изучения рынка рабочей силы. Проведена классификация рынков рабочей силы по различным критериям. Среди составляющих рынка труда выделены спрос и предложение труда, инфраструктура, конъюнктура, емкость и др. параметры. Предложены принципы идеальной модели организованного рынка труда и многослойная модель структуры рынка труда.

1.2. Впервые поставлен вопрос о правомерности нового образования - «четвертичного» сектора (информационных технологий), выделившегося из третичного, в составе которого находились, в частности, информационные услуги, благодаря развитию средств коммуникации. Составлена перспективная модель занятости в информационном секторе. Впервые в российской научной мысли анализируются проблемы и перспективы развития телекомпьютинга.

1.3. Описаны тренды на отечественном транзитивном рынке труда; аномалии российского рынка рабочей силы. Выявлены субъективные факторы безработицы, отражающие специфику трансформационного процесса. Смоделированы новые тренды в занятости в России и за рубежом, вскрыты причины развития нетипичных форм занятости.

1.4. В рамках процессов глобализации и региональной декомпозиции рынков труда, предложен как инструментальный международный маркетинг рабочей силы. Предлагается учитывать менталитет и национальные традиции в региональной политике занятости. Проведена классификация рынков труда по критерию масштабности с выделением: локального, регионального, национального, единого рынка рабочей силы ЕС. Приводятся тенденции изменений в иммиграционных законодательствах стран-реципиентов. Вскрыты причины трудовой миграции, потоки, фазы трудового эмиграционного цикла, проведена классификация экономических мигрантов. Предложены критерии отнесения региона к кризисному на рынке труда.

В рамках специализации «Макроэкономика»:

2.1. Предложена двухуровневая модель механизма регулирования рынка рабочей силы, основанная на концепции маркетинга в сфере занятости и методологические основы маркетинга рабочей силы. Сформулированы цели, задачи и субъекты маркетинга рабочей силы; функции маркетинга труда. Помимо общих функций маркетингового управления рассмотрены также специфические

функции управления, присущие для маркетинговой деятельности на рынке труда: функции конъюнктурных исследований рынка рабочей силы, исследования потенциала сегментов рынка рабочей силы, профессиональной ориентации и профотбора, обеспечения мобильности рабочей силы.

2.2. Обоснованы принципы разработки комплекса маркетинга рынка труда. При выборе стратегии в охвате сегментов комплексами маркетинга рынка труда предложены к применению 3 основных подхода: массовый маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг. Описываются этапы процесса маркетинг-менеджмента рынка рабочей силы - анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков рабочей силы, разработка маркетинг-микса, претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. В качестве объектов сегментирования называются работодатели, наемные работники, кадровые агентства. Сформулированы цели сегментации рынка труда, представлена классификация факторов сегментации рынка труда. Описаны содержание и задачи маркетинг-менеджмента персонала.

2.3. Разработана система мер по обеспечению безработному конкурентоспособного положения на рынке труда и разработке соответствующего комплекса маркетинга - позиционирование товара "рабочая сила" на рынке. Речь идет о маркетинговых средствах (территориальные, отраслевые и межотраслевые, внутриорганизационные и профессионально- квалификационные перемещения в сфере труда), с помощью которых можно убедить работодателя, что речь идет об отличной от других потребительской стоимости, сформированной специально для него. В зависимости от подходов, применяемых в процессе позиционирования товара на рынке, выделены следующие виды маркетинга и условия их выбора: конверсионный маркетинг, стимулирующий, развивающий (перспективный), ремаркетинг, поддерживающий, демаркетинг, противодействующий, диверсификационный маркетинг на рынке труда. Представлен жизненный цикл совокупной рабочей силы, профессии, карьеры специалиста.

2.4. Предложенная организация маркетинга в кадровом агентстве включает внедрение маркетинга в коммерческую организацию, а также состоит в организации решения самой задачи маркетинга. В агентстве задача маркетинга может быть определена по функциям, по группам работодателей, по группам ищущих работу, по сферам или по комбинации этих критериев. Анализируется функционально-ориентированная организация маркетинга; организации маркетинга, ориентированная на ищущих работу; на работодателя, на сферы.

Новый ракурс нашему исследованию придает обращение к зарубежному опыту менеджмента труда, регулирования рынка труда в трансформационном процессе, в социально-рыночной системе.

Теоретическая ценность и практическая значимость. Результаты проведенного исследования имеют методологическое, теоретическое и непосредственно практическое значение. Методологический смысл заключается в признании применения синергетических подходов к политике на рынке труда, в тоже время не отрицается полезность диалектических позиций при социально-экономическом анализе явлений на рынке труда. Теоретическое значение связано с развитием нового направления - маркетинг-менеджмента рынка труда,

применением маркетингового инструментария к рынку рабочей силы. Автор не отрицает значимость конкретных теорий и определяет свои позиции по отношению к проблеме занятости и безработицы, признавая наличие рациональных зерен во всех экономических школах. При этом оказывается важным, во-первых, период (краткосрочный или долгосрочный), во-вторых, уровень применения (международный рынок труда, национальный, региональный, локальный, внутрифирменный рынки), в-третьих, необходимость учета социокультурных ценностей, экономического порядка, степени развитости общества, в-четвертых, уровень экономического развития страны и направление экономической политики.

Методические и теоретические результаты доведены до практического уровня. Материалы диссертации могут послужить не только для дальнейших исследований проблемы менеджмента рынка рабочей силы, но и применимы в деятельности как государственных служб занятости так и кадровых агентств. Практические рекомендации автора по совершенствованию законодательства о труде и занятости населения состоят из 38 пунктов.

Научные выводы диссертационной работы могут найти применение в преподавании курсов экономической теории, экономики и социологии труда, менеджмент персонала, управления занятостью и др. учебных дисциплин.

Апробация работы и публикации. Основные положения и выводы диссертационного исследования докладывались на международных, всероссийских, межрегиональных, межвузовских конгрессах, конференциях, симпозиумах в Ольденбурге, Виттенберге, Брауншвайге, Штуттгарде, Кельне, Галле, Москве, Санкт-Петербурге, Барнауле, Воронеже, Казани, Махачкале, Омске, Новосибирске, Томске, Красноярске, Саратове, Екатеринбурге, Пензе, Челябинске и др. и получили одобрение. Результаты исследования представлялись на экспертной комиссии совета при диссертационном совете Д 212.267.11 в Томском государственном университете 4.07.2003 г.

Диссертант рецензировал по заданию Департамента федеральной государственной службы занятости населения по Омской области Областную целевую программу "Содействие занятости населения Омской области на 1998-2000 годы", "Концепцию формирования региональной схемы развития и размещения рабочих мест в Омской области", подготавливал служебные записки о состоянии областного рынка труда и предложений по улучшению управляемости социальными процессами. Был научным руководителем и соисполнителем ряда хоздоговоров, например, в 2003 г. совместно с фирмой "Интерсофт (г. Омск) "Маркетинговые исследования персонала".

Полученные результаты используются также в процессе преподавательской деятельности автора на кафедре гуманитарных наук Омского госагроуниверситета.

По теме диссертационного исследования опубликовано 46 работ общим объемом 120 печатных листов, в том числе монография "Маркетинг-менеджмент рынка труда", Томск: Изд-во Том. ун-та. 2000. 640 с.; учебное пособие "Маркетинговое управление рынком труда", Омск, 2003. 940 с.

Работа выполнена в соответствии с паспортами специальностей 08.00.01 - «экономическая теория» (п. 1.1, 1.4.) и 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством» (п. 2.4, 2.5, 2.8).

Структура диссертации. Цели и задачи диссертационного исследования определили структуру диссертационной работы, которая включает: введение, 4 главы, заключение, 84 приложения. Список использованной литературы состоит из 519 наименований. Иллюстративно-справочный материал представлен 48 таблицами, 45 рисунками. Диссертация изложена на 419 страницах основного текста. Структура работы раскрывается в ее содержании.

Содержание

Введение

Глава 1. Теоретико-методологическое исследование рынка труда

1.1. Трактование безработицы различными экономическими школами

1.2. Марксистский взгляд на проблему безработицы. Неолиберализм. Теория и практика социально-рыночного хозяйства

1.3. Теория естественного уровня безработицы. Экономико-статистический анализ рынка труда. Показатели и измерение безработицы: экономический и правовой аспект учета занятых

1.4. Товар "рабочая сила" в системе маркетинга. Основные характеристики, особенности функционирования и принципы изучения рынка рабочей силы

Глава 2. Методологические основания маркетинга в регулировании рынка труда

2.1. Конкурентоспособность и жизненный цикл товара "рабочая сила"

2.2. Концепции и функции макро- и микромаркетинга в сфере занятости

2.3. Критерии сегментирования рыночного пространства. Позиционирование товара "рабочая сила" на рынке

2.4. Управление маркетингом рабочей силы. Организация маркетинга в кадровом агентстве

Глава 3. Регулирование занятости в трансформационном движении рынка труда

3.1. Методологические вопросы государственной политики занятости на макроуровне. Социально-политическая система занятости

3.2. Транзитивный рынок труда. Аномалии российского рынка рабочей силы

3.3. Малый бизнес как генератор рабочих мест

Глава 4. Новые тенденции занятости в России и за рубежом. Нетипичные формы занятости

4.1. Глобализация и региональная безработица. Международный маркетинг рабочей силы. Менталитет и национальные традиции в региональной политике занятости

4.2. Теория гибкого рынка труда. Частичная безработица, гибкие формы занятости

4.3. Перспективные модели занятости в информационном секторе. Многоуровневый маркетинг; деятельность в рамках сетевых организаций. Телекомпьютинг

Заключение

Практические рекомендации автора по совершенствованию законодательства о труде и занятости населения и организационно-экономические предложения

Список использованной литературы

Приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснованы актуальность темы диссертационного исследования, ее теоретическая и практическая значимость, определена степень разработанности избранной проблематики в научной литературе, сформулированы цели и задачи исследования, его теоретическая база, объект, предмет, концепция работы, а также научная новизна результатов диссертационного исследования, их практическая значимость и апробация.

В первой главе «Теоретико-методологическое исследование рынка труда» рассмотрены трактовки безработицы различными экономическими школами. Бесспорная заслуга К. Маркса состоит в установлении различий между понятиями «труд» и «рабочая сила». Тем не менее, в современной научной литературе предпринимаются попытки оспорить положения К. Маркса о том, что объектом купли-продажи на рынке труда является рабочая сила. Например, группа экономистов А.И. Рофе, Б.Г. Збышко, В.В. Ишин считают, что на рынке труда покупается *труд* работников. На наш взгляд, это бесперспективные попытки. Доводы ученых в логической аргументации выглядят недостаточно убедительными, когда они пишут: «Вряд ли нанимателя может заинтересовать лишь способность к труду без ее реализации. Его интересует труд работников как один из факторов производства, поэтому он покупает этот труд и производит его оплату». Под *рабочей силой* основная масса ученых справедливо понимает экономические отношения по поводу формирования и развития способностей человека к труду, а под *трудом* - экономические отношения по поводу потребления рабочей силы. Рабочую силу необходимо рассматривать как труд в его потенции. Когда же рабочая сила соединяется с другими факторами производства, труд переходит из *потенциальной* формы в *кинетическую*. Поэтому на рынке продается не труд, а лишь способность к труду, которую и покупает работодатель, а затем имеет право распоряжаться и использовать ее. Л.П. Киян полагает, что объектом отношений на рынке труда выступают *«услуги труда»*, предоставляемые рабочей силой. Как нам представляется, такой подход - не совсем корректен, т.к. *услуга* - трудовая целесообразная деятельность, результаты которой выражаются в полезном эффекте, удовлетворяющем какие-либо потребности человека. *Труд* - это функционирование работника, его целесообразная деятельность на производстве или в сфере услуг. Поэтому, на рынке труда продается, именно, *рабочая сила*, а не *«услуга труда»*. Специфичность рынка труда в отличие от рынков средств производства и потребительских товаров,

как раз, и состоит в том, что договор о купле-продаже между субъектами рынка труда происходит в сфере обращения, а реализация условий договора осуществляется лишь после того, как труд состоится. С позиции сегодняшнего дня (уровня технического прогресса, процессов глобализации, социального партнерства на рынке труда, новых экономических теорий и пр.) сделаны замечания и предложения в плане развития марксизма.

Помимо традиционных экономических концепций функционирования рынка труда, анализируется «теория ценности», которая в отличие от марксистского и неоклассического подходов, предполагает характеристику рабочей силы как товара особого рода (социального товара) и учет двух его взаимосвязанных сторон (стоимости и полезности), что позволили определить цену рабочей силы как результат сопоставления оценки продавца (стоимость) и оценки покупателя (полезность), и как категории, выражающей ценность товара «рабочая сила». Наемный работник (продавец), предлагая свою способность к труду, формирует цену предложения, в основе которой лежит стоимость рабочей силы. Последняя определяется общественно-необходимыми затратами на воспроизводство рабочей силы «нормального качества», т. е. стоимостью жизненных средств рабочего и его семьи. Покупая рабочую силу, работодатель оценивает ее, исходя не из того, сколько и чего нужно рабочему для поддержания его жизни и работоспособности, а прежде всего из того, какова полезность рабочей силы, умение рабочего производить какие-либо блага и увеличивать авансированную стоимость, т. е. в основе цены спроса лежит именно полезность. При наличии свободной конкуренции равновесная цена, отвечающая общественной оценке рабочей силы, устанавливается на уровне, согласующем цену спроса (полезность) с ценой предложения (стоимость) рабочей силы, и выражает ценность товара «рабочая сила». Анализ форм проявления стоимости, ценности и цены рабочей силы в современных условиях показывает их усложняющийся характер. Ценность (соответственно, и цена) рабочей силы проявляется не только в форме денежной заработной платы, (повременная, сдельная), но и в виде натуроплаты, различных социальных выплат (в том числе, так называемый соцпакет). В хозяйственной практике ценой рабочей силы для государства выступают совокупные издержки на нее, для работника - оплата труда с материальными выгодами, а для работодателя - все расходы, связанные с работником. Такие теоретические конструкции, на наш взгляд, - это попытки примирения марксизма и неоклассицизма, соединения сущности и формы.

В диссертации вскрыты проблемы «социально-рыночной экономики, как реализации неолиберализма. Автор задается вопросом, почему все чаще в странах с социально-рыночной экономикой стали говорить о дерегулировании рынка труда или как минимум о новых подходах в регулировании? Рыночный механизм пусть и с временным лагом, но чутко реагирует на пренебрежение принципа эффективности. В современной Германии рынок труда "не совсем рыночный" - заработная плата с социальными начислениями стала определять объем и характер спроса и предложения на труд, а не спрос и предложение труда определяют его цену. На фоне глобализации, обострившей вопросы национальной конкурентоспособности комплекс причин привел к ослаблению гибко-

сти рынка рабочей силы. Указанные обстоятельства приведут к реформированию социально-трудовых отношений в Германии. Институциональные проблемы немецкой модели, при сохранении высокой эффективности англосаксонской системы не являются, на наш взгляд, основанием для выбора ее в качестве ориентира. Трудовой Кодекс РФ носит переходный компромиссный характер, однако в целом в России складывается система права близкая по духу к континентальному, а не англосаксонскому. Считаем, что германская модель более приемлема для России, чем англосаксонская. При этом мы обязаны извлечь уроки Германии в области картелизации трудовых отношений. На современном этапе трансформации в России речи не может быть, например, о децентрализации социального партнерства, т.к. оно находится еще в зародышевом состоянии, нецелесообразно было бы исключать государство из переговорного процесса, когда профсоюзы и, тем более союзы работодателей, слабы.

При использовании закона А. Оукена для учета экономических издержек безработицы принципиально важным моментом является определение уровня естественной безработицы. Методы оценки уровня естественной безработицы несовершенны в силу неоднозначной трактовки самого понятия "естественный уровень безработицы", автор придерживается мнения, что естественная безработица - сумма фрикционной и структурной.

Понятия "полная занятость", "продуктивная", "рациональная", "оптимальная", "эффективная занятость", "эффективный цивилизованный рынок труда" в научной литературе и нормативных документах являются неустоявшимися. Полная занятость предполагает соответствие между потребностями населения в рабочих местах и их наличием как в государстве, так и отдельных районах. Когда речь идет о сбалансированности качества и количества рабочих мест и рабочих рук, на наш взгляд, экономисты должны оперировать термином экономическое рабочее место. Под экономически целесообразным рабочим местом мы понимаем, во-первых, обеспеченное оборотными средствами, во-вторых, позволяющее реализовать личный интерес в области саморазвития работника (профессиональный и интеллектуальный рост), в-третьих, обеспечивающее расширенное воспроизводство семьи занятого (естественно, выше прожиточного минимума), в-четвертых, гарантирующее безопасные для жизни и здоровья условия труда, в-пятых, с внедрением прогрессивных технологий, в-шестых, позволяющее достигать высоких производственных результатов. От физического рабочего места отличается при многосменном режиме работы. Так, если на одном рабочем месте трудятся при непрерывном производстве в 3 или 4 смены, то в этом случае будем иметь 3 или 4 экономически целесообразных рабочих места. Понятие "экономически целесообразное рабочее место" тесно связано с понятием эффективная и рациональная занятость, тогда как при полной занятости допускается неполное соответствие рабочих мест профессионально-квалификационному составу персонала, их образовательному уровню.

Основная характеристика оптимальной занятости заключается в сочетании как экономических, так и социальных приоритетов занятости, в комбинации экономических и социальных целей работников, работодателей и общества. Оптимальная занятость означает участие в трудовой жизни всех желающих и

способных трудиться с учетом потребностей работодателей в рабочей силе. **Оптимальная занятость** в трансформационных обществах, на наш взгляд, естественно, - это **неравновесная** система занятости, т.к. сопряжена со структурными сдвигами в экономике в направлении требований интенсивного типа воспроизводства. Исходя из этих замечаний, можно говорить о политике оптимизации занятости как сочетающей экономические приоритеты и принципы социальной справедливости в использовании трудового потенциала. Ряд ученых сочетание критериев экономической и социальной эффективности, с определением исходя из этого приемлемого уровня безработицы связывают с понятием "рациональная занятость". Категорией "рациональная занятость" обычно описывается соответствие профессионально-квалификационного уровня персонала сложности выполняемых работ. Эффективная занятость является наивысшим достижением и важнейшим условием эффективной экономики; она характеризуется полной занятостью (представление работы всем желающим получить ее), рациональной занятостью (оптимальное распределение работников по отраслям и сферам деятельности). Одновременно привлечение к труду работника еще не означает удовлетворение его запросов и потребностей в плане самореализации как личности через трудовую деятельность. Деятельность неудовлетворенного своим трудом работника менее производительна и сказывается на эффективности занятости, кроме того, такой работник потенциально всегда готов сменить место работы, что не способствует достижению устойчивой и полной занятости. Таким образом, эта сторона трудовой жизни отражает важную сторону эффективной занятости и должна учитываться при ее характеристике.

В работе уточнены и предложены новые количественные и качественные показатели безработицы; описаны методические трудности оценки уровня общей безработицы и по видам. Проведен сравнительный анализ методик МОТ, ФСЗ, Госкомстата РФ, Американского бюро трудовой статистики расчета показателей безработицы.

Предпосылкой проведения адекватной политики занятости является наличие всей полноты информации о ситуации на рынке рабочей силы, а не только официальные данные, отражающие лишь верхушку айсберга. Определенное количество рабочих мест неэффективно для работника, т.к. оплата труда не обеспечивает прожиточный минимум. Можно с уверенностью заключить, что методика исчисления показателя безработицы по числу зарегистрированных в службе занятости лиц, применяемая ФСЗ, явно занижает показатель, но методика МОТ также не лишена недостатков. Так, при обследовании домашних хозяйств, в число безработных попадает определенная часть занятых в теневом секторе экономики. Кроме того, при оценке уровня безработицы по методологии МОТ в разряде безработных оказываются пенсионеры, учащиеся и студенты дневной формы обучения, ищущие работу. Еще пример причин разрыва показателей безработицы, установленных разными методиками. Если официально зарегистрированный безработный, на момент проведения обследования Госкомстатом имел в течение недели какой-либо побочный приработок, то методология МОТ отнесет его к категории занятых. Если человек не занят, но не ищет работу или не готов к ней приступить, он не считается безработным. Это

соответствует по методике МОТ статусу экономически неактивного, т.е. нахождения вне рынка рабочей силы. Однако, выбор экономической неактивности - не всегда результат добровольного решения. Для экономического анализа представляется целесообразным в составе экономически неактивных выделять тех кто хочет работать, но работу не ищет. Чаще это соответствует категории "отчаявшихся". Госкомстат РФ придерживается более узкого определения "отчаявшихся": это те "лица, которые прекратили поиск работы, исчерпав возможности ее получения, но которые могут и готовы работать".

Автор обращает внимание, что в России существует несогласованность критериев «допустимого уровня безработицы» на микроуровне и региональном. Так, на срезе предприятия этот уровень определяется в абсолютном размере как численность высвобождаемых лиц, а на региональном уровне – в относительных цифрах, как доля численности занятых в регионе. Такой подход не исключает ситуации, когда хозяйствующий субъект, не имеющий законодательных ограничений на высвобождение части персонала, может испытывать давление муниципалитета по причине превышения допустимого уровня безработицы в регионе. Критерии массового увольнения даны только для крупных предприятий и для мелкого бизнеса не рассматриваются.

В диссертации предлагается свой взгляд на разграничение понятий потенциальной, скрытой, не прямой, частичной безработицы.

§ 1.4. посвящен анализу товара «рабочая сила». Рынок труда, в первом приближении, - это способы, механизмы и институты (государственные и общественные), позволяющие работникам найти поле деятельности в соответствии со своими навыками, способностями и умениями, а работодателям нанять рабочую силу для достижения целей организации. В узком смысле слова рынок труда можно определить как место или процедуру, где работодатели и работники договариваются об условиях найма, заработной плате, социальных выплатах и льготах, условиях труда. Это одна из сторон двойственной природы рынка труда. В научной литературе дискуссионной проблемой остается вопрос: ограничивается ли рынок труда только сферой обращения, или распространяется на сферу производства; как соотносятся между собой термины «рынок труда» и «рынок рабочей силы»?

В марксистской экономической литературе употребляется термин «рынок рабочей силы», поскольку, на нем покупается и продается рабочая сила - способности к труду. К. Маркс, исследуя механизм рынка труда, исходил из того, что, рабочая сила является товаром, а производственные отношения выступают в форме купли-продажи рабочей силы, где ее ценой является заработная плата. Поэтому рынок труда К. Маркс относил к сфере обращения.

В немарксистской литературе употребляется термин «рынок труда», а под рабочей силой понимается определенный контингент трудоспособного населения. Словосочетание «рынок труда» вошло в научный оборот и устоялось как термин, фактически синонимичный понятию «рынок рабочей силы». Хотя термин «рынок рабочей силы» более точен. Строго научный подход показывает, что рынок труда является более общей социально-экономической системой, чем рынок рабочей силы. Поскольку, последний, вместе с рынком рабочих

мест, являются составными звеньями рынка труда, где происходит соединение рабочей силы с рабочим местом посредством акта купли-продажи рабочей силы.

Процессы в сфере труда происходят как на внешнем рынке труда, охватывающим сферу обращения рабочей силы между работодателями, так и на внутреннем, или внутрифирменном, основывающемся на горизонтальной и вертикальной мобильности работников внутри предприятия. Внутренний рынок труда представляет собой комплекс процедур, которые защищают работников, находящихся внутри предприятия, от конкуренции работников, находящихся за его пределами. В этом смысле, на наш взгляд, внутренние рынки труда - **анти-рыночные** организации. Внутренние рынки труда определяют отношения, которые связаны с существующей занятостью, чаще всего с продвижением по службе. Внешние рынки касаются формирования новых отношений занятости: поиска работы, найма работников. Это означает, что первые характеризуются как рынки «запасов», а вторые - как рынки «поток». Внутренние рынки не закрыты полностью от конкуренции внешнего рынка труда.

Рынок трудовых ресурсов в узком смысле слова может рассматриваться как потенциальный рынок трудового резерва, состоящий из выпускников учебных заведений, военнослужащих, подлежащих увольнению в запас в том числе и в связи с сокращением ВС, лиц, находящихся в заключении, но подлежащих амнистированию или досрочному освобождению, домохозяйек, планирующих пойти работать по найму.

Диссертант допускает толкование рынка труда в узком и широком смысле слова. В узком смысле: рынок труда - это сфера рыночных отношений, где формируется спрос и предложение на рабочую силу, обеспечивается ее распределение и определение заработной платы на различные виды трудовой деятельности; в широком смысле: рынок труда - это система общественных отношений (в том числе взаимоотношений наемных работников и работодателей), социальных (в том числе правовых норм и институтов, которые обеспечивают воспроизводство, обмен (куплю-продажу по цене, обусловленной соотношением спроса и предложения) и использование рабочей силы. При таком подходе к рынку труда относится не только сфера обмена, но и сфера воспроизводства трудового потенциала (это - восполнение способности к труду, поддержание определенного уровня профессиональной подготовки и пр.) и сфера использования рабочей силы (время от времени возникает необходимость корректировки условий оплаты труда, продолжительности и интенсивности труда, соотношения времени труда и отдыха и т.д.). Исходя из различных подходов к трактовке рынка труда вытекает соотношение понятий политики на рынке труда и политики занятости.

В чем же схожесть рынка труда с другими рынками ресурсов производства, что и позволяет нам выдвинуть гипотезу о маркетинге рынка труда? Главное - это действие законов спроса и предложения. Чем выше требования работников по заработной плате (цене товара «рабочая сила»), тем меньшую численность персонала смогут привлечь работодатели (закон спроса). И, соответственно, закон предложения формулируется следующим образом: чем ниже зара-

ботная плата, которую работодатели согласны и в состоянии платить за исполнение определенного круга задач (работ), тем меньше лиц, желающих выполнять эти виды работ. На пересечении интересов работников и работодателей проявляются контуры равновесной цены рабочей силы, т.е. уровня оплаты труда, соответствующего числу людей, согласных трудиться, количеству рабочих мест, которые готовы предоставить предприниматели. По отдельным группам профессий возможна ситуация, когда кривые спроса и предложения не пересекутся, но в целом на рынке рабочей силы такая ситуация исключается.

Современный экономический анализ рынков труда не может ограничиваться инструментарием кривых спроса и предложения. Для учебных целей в литературе установление равновесия на рынке труда рассматривается с помощью кривых спроса и предложения (и в этом смысле рынок труда ничем не отличается от рынка, где продаются яблоки, рыба, гвозди и пр.). По экономическому содержанию предложение труда - это ситуация, когда наемный работник выступает лишь как потенциальный продавец товара рабочая сила, а предприниматель как потенциальный покупатель (работодатель) данного товара, т.е. это ситуация предлагаемой, а не фактически нанимаемой рабочей силы. Предложение-элемент парной категории "спрос-предложение", полюсы которой - спрос на одной стороне, предложение - на другой - тесно взаимосвязаны.

В диссертации проведена классификация товара "рабочая сила" по временному параметру и по типу спроса в зависимости от сочетания характеристик. В работе показано, что отличие рынка труда от других рынков производственных ресурсов определяется, прежде всего, отличительными чертами самого труда (способности к труду) как товара.

Узловыми параметрами рынка труда являются занятость и безработица. Далеко не риторическим выглядит вопрос: „Имеем ли мы кризис занятости или кризис безработицы?“ Несмотря на пристальное внимание ученых к вопросам занятости населения до настоящего времени в экономической литературе не сложилось методологической четкости в определении и анализе этого понятия «занятость». Представляется, что понятия «труд» и «занятость» бесспорно взаимосвязанные, но отличные друг от друга. Во-первых, труд, как процесс ограничен рамками рабочего времени и предполагает действительно трудовую активность. Человек относится к категории занятых и в том случае, если он находится, например, в отпуске или не приступил непосредственно к практической деятельности. То есть временные границы труда и занятости не совпадают. Процессу выполнения трудовых функций может предшествовать профессиональная и социальная адаптация работника в коллективе, обучение, а уже потом - собственно работа. Занятость понятие более широкое и в пространственном и во временном отношении, чем практическая трудовая деятельность.

Занятость в экономическом плане - это деятельность трудоспособного населения по созданию общественного продукта или национального дохода. В социальном плане - это предоставление возможности всем желающим и способным трудиться в общественном производстве. Однако занятость в общественном производстве не исчерпывает всех видов полезной занятости. К ним относятся также обучение

в учебных заведениях, прохождение срочной службы в вооруженных силах, занятость в домашнем хозяйстве, участие в работе общественных организаций (не по найму) и пр. Под управлением занятостью населения, на наш взгляд, понимается форма реализации политики занятости, совокупность целенаправленных мероприятий, с помощью которых она осуществляется.

В диссертации детально проанализированы составляющие рынка труда: спрос на труд, предложение, конъюнктура, емкость, инфраструктура рынка труда. Институты рынка труда представлены:

- институтами определения и распределения прав собственности на услуги труда (нормы, традиции, ценности, определяющие трудовое поведение, практика заключения и содержание формальных и неформальных трудовых контрактов, трудовое законодательство, отражающее модификацию этих норм);
- институтами поиска контрагента (работы или работника) и сбора информации, отбора (формальные государственные и негосударственные структуры трудового посредничества, средства массовой информации, корпоративные и неформальные связи, контакты, каналы информации, рекомендации, репутация);
- институтами заключения контракта, ведения переговоров (профсоюзы);
- институтами контроля за соблюдением контрактов, защиты прав собственности (трудовая инспекция, трудовой арбитраж, профсоюзы);
- институтами, определяющие мобильность и трансакционные барьеры на рынке труда (нормы дискриминации, установки на территориальную мобильность, законодательные ограничения на мобильность, нормы престижности и статуса рабочих мест и т.д.);
- институтами внутрифирменного, административного распределения ресурсов (нормы и административные правила и процедуры функционирования внутреннего рынка труда);
- институтами государственного регулирования рынка труда, компенсирующие «провалы» рынка в сфере труда (службы занятости, системы страхования по безработице, органы контроля за условиями труда и т.д.).

В работе сделан вывод, что механизм регулирования рынка труда в узком смысле слова представляет свод законов, нормативных, коллективно-договорных актов (коллективные соглашения) и индивидуальные трудовые контракты, которые руководствуются стороны при реализации политики занятости. В широком контексте этот механизм охватывает целый спектр не только юридических, но и социально-экономических условий, социокультурных и психологических аспектов. Речь идет о системах трудоустройства, профессионального обучения, переподготовки кадров, занятости лиц с ограниченными возможностями, вернувшимся из мест заключения, социальной помощи безработным и др.

Структуру рынка труда мы рассматриваем в 3 и более измерениях, выделив:

- рыночный блок (обмен способности к труду на фонд жизненных средств, требуемых для воспроизводства рабочей силы);

- блок муниципального, государственного и общественного регулирования занятости и безработицы;

- вектор социальной защиты населения (гарантии занятости, установление минимальной оплаты труда, обеспечение нормальных санитарно-гигиенических условий труда, выплата пособий по безработице и т.д.)

Для целей сегментирования автор предложил классификацию рынков рабочей силы можно провести по критериям: пространственной среды; временных параметров; степени регулирования; степени устойчивости; степени эластичности; степени интегрированности; степени организации; уровня функционирования; этапу развития; господствующей общественно-экономической системы; конъюнктуры; моделирования среды.

Для успешного регулирования конъюнктуры на рынке рабочей силы необходимо использовать *методологию маркетинга*. Квинтэссенция маркетинга состоит в ориентации на потребителя, производство того, что пользуется спросом, что можно выгодно продать. Маркетинг рабочей силы предполагает создание и функционирование комплексной эффективной системы регулирования занятости населения, осуществляющей, в частности, и маркетинговые функции, такие как маркетинговые исследования спроса и предложения рабочей силы, продвижение, реклама и стимулирование трудоустройства, определение цены рабочей силы, стратегическое планирование и менеджмент. Если государственные службы занятости в основном стихийно применяют некоторые способы сбытовой концепции маркетинга, то частные агентства по найму - отдельные методы концепции традиционного маркетинга. Отсутствие комплексной системы маркетинга в деятельности этих организаций мешает им владеть ситуацией на рынке труда, и как следствие - стремление разрешать практически лишь сиюминутные проблемы.

В диссертационном исследовании констатируется, что в настоящее время в России уже оформляются ***условия для маркетинговой деятельности на рынке рабочей силы:***

- формируется рынок покупателя трудовых услуг в отдельных секторах экономики и регионах;
- появилась конкуренция как между работниками так и между работодателями;
- у работника и работодателя утверждается долговременная мотивация в сфере занятости;
- работник и работодатель отчасти свободны в выборе принятия решения о найме;
- появилась относительная свобода в мобильности рабочей силы;
- сформировались условия для перелива капитала.

Значение маркетинга на рынке труда можно подчеркнуть следующими моментами:

- люди, так или иначе, связаны с рынком труда - работает и/или нанимают рабочую силу, поэтому маркетинг позволил бы им стать более информированными, избирательными и результативными в трудовых отношениях;

- маркетинг улучшает регулирование процессов формирования и распределения (перераспределения) трудовых ресурсов за счет сбора и анализ полученной информации, изучения конъюнктуры рынка труда, получения статистики о возможных объемах и структуре необходимых профессий и специальностей, стимулирования распределения труда, организации соответствующей рекламы;

- маркетинг влияет на воззрения персонала и образ жизни людей, так как растут требования работодателей к нанимаемому работнику (лояльность, высокая профессиональная компетентность, деловитость, предприимчивость, инициативность, организованность и пунктуальность, здоровый образ жизни, знание иностранного языка, уровень культуры и пр.), а у работников формируются свои дополнительные требования к рабочему месту (соответствующая затратам труда заработная плата, хорошие условия труда, устраивающий работника распорядок рабочего дня, перспективность профессии, корпоративная культура, наличие соцпакета и т.д.);

- маркетинг содействует улучшению качества жизни, так как все перечисленные выше пункты в совокупности создают работнику, фирме и государству условия для продуктивного использования трудового потенциала, и следовательно, для максимального удовлетворения потребности всех субъектов трудовых отношений.

Роль маркетинга в системе управления рынком труда на различных уровнях определяется целями и задачами экономических субъектов рынка.

На общегосударственном уровне роль маркетинга состоит в ранней диагностике предотвращения будущих структурных дисбалансов в сфере труда, поэтому исходной позицией в менеджменте рынка труда становятся маркетинговые исследования, т.е. сбор и анализ информации о проблемах, связанных с согласованием спроса и предложения рабочей силы, выявление тенденций формирования и распределения рабочей силы между округами, регионами, отраслями производства, изменения отраслевой и профессионально-квалификационной структуры рабочей силы в соответствии с динамикой развития различных отраслей, определение тенденций в формировании цены рабочей силы.

На региональном уровне роль маркетинга на рынке труда заключается в поддержании соответствия спроса и предложения рабочей силы в конкретных условиях территории, в решении следующих задач:

- 1) формирование трудового потенциала, соответствующего по своим количественным и качественным характеристикам требованиям экономики региона с учетом менталитета и социокультурных ценностей населения;

- 2) обеспечение организаций необходимыми кадрами из различных источников, в том числе за счет межрегионального перераспределения;

- 3) достижение эффективной и динамичной занятости населения (обучение, переобучение, трудоустройство высвобождаемых работников и незанятых граждан, нуждающихся в трудоустройстве);

4) поддержание региональной, отраслевой и профессионально-квалификационной сбалансированности между структурой предложения рабочей силы и структурой рабочих мест.

На локальном уровне значение маркетинга состоит в стремлении эффективного, с точки зрения работодателя, использования рабочей силы. Поэтому любой фирме, прежде чем выбрать оптимальный способ организации управления трудом, целесообразно провести комплексное маркетинговое исследование, включающее в себя как изучение конкурентоспособности персонала и оценку внутрифирменного рынка труда в целом; кадровой ситуации, сложившейся конъюнктуры на рынке рабочей силы, так и оценку возможностей самого работодателя способствовать эффективной занятости работников.

Во второй главе - «**Методологические основания маркетинга в регулировании рынка рабочей силы**» впервые вводится понятие ликвидности специалиста как легкость, с которой возможно его трудоустройство. Выделяется две стороны ликвидности: во-первых, легкость, с которой человек может найти работу, во-вторых, легкость, с которой специалист может покинуть своего нынешнего работодателя. Естественно, чем выше ликвидность наемного сотрудника, тем актуальнее становится вопрос его удержания. Основательно рассмотрены факторы, определяющие ликвидность специалистов и менеджеров.

Характеристика товара рабочая сила представлена в табличной и графической формах.

Традиционно в маркетинге концепция жизненного цикла применяется к потребительским товарам, услугам. Воспроизводство рабочей силы так же охватывает процесс производства, распределения, потребления, выбытия. Для специфического товара "рабочая сила" выделены три модели жизненного цикла: жизненный цикл совокупной рабочей силы в сфере использования; жизненный цикл специалиста (профессии), жизненный цикл карьеры специалиста. Выбор модели обусловлен ролью и целями субъекта на рынке рабочей силы. Для модели жизненного цикла совокупной рабочей силы в производственной сфере выявлена зависимость между жизненным циклом производимого предприятием продукта и жизненным циклом совокупной рабочей силы. Концепция жизненного цикла рабочей силы представляет интерес, во-первых, в силу того, что произошло укорочение жизни товара "рабочая сила", во-вторых, новые профессии требуют значительных затрат для их освоения, т.е. увеличиваются инвестиции в "человеческий капитал", в-третьих, возможно предвидеть изменения в потребностях работодателей, конкуренции на рынке труда, в-четвертых, является основой планирования товара "рабочая сила" и его эффективного потребления.

В §2.2. «Концепции и функции макро- и микромаркетинга в сфере занятости» дается авторское видение концепции маркетинга. **Концепция маркетинга** в сфере занятости представляется нам как деятельность, направленная на удовлетворение потребности в кадрах, поддержание взаимовыгодных обменов между собственником рабочей силы и работодателем и оптимизацию уровня занятости и безработицы. Предложенная автором тео-

рия маркетингового управления рынком труда предполагает многоуровневый подход. На микроуровне *содержание маркетинга персонала* на фирме описывается как ориентация на поиск сотрудника, который своей деятельностью создает потребительную стоимость, обладающую большей меновой стоимостью, чем его способность к труду. При купле-продаже рабочей силы, в ходе которой происходит обмен фонда жизненных средств (зарплата + дополнительные материальные и нематериальные выгоды) на индивидуальную способность к труду, работодатель оценивает потребительную стоимость товара "рабочая сила" по определенным критериям.

Задачами маркетинг-менеджмента персонала на наш взгляд являются: кадровое обеспечение предприятия; разработка модели специалиста; планирование деловой карьеры; оптимальное распределение работников по рабочим местам; обеспечение благоприятных условий труда; профессиональная адаптация молодежи и новых сотрудников, производственное обучение и повышение квалификации, формирование портфеля заказов на подготовку конкурентоспособных специалистов с учебными заведениями, контакты с внешним рынком рабочей силы, посредниками на рынке труда; участие в обновлении базы данных информационной сети региона, т.е. помимо регулирования внутрифирменных отношений связь с региональным /национальным и/или международным рынком труда.

В научной литературе отмечается, что механизм работы ярмарки вакансий, на которых работодатели различных форм собственности предлагают рабочие места, а граждане, ищущие работу и безработные, либо соглашаются на продажу своей рабочей силы, либо нет, замечает, что это вариант *рынка рабочих мест*. На рынке рабочих мест работодатели предлагают свой специфический товар - рабочие места, на который существует спрос, регулируемый ставкой заработной платы. Кривые спроса и предложения, в отличие от других товаров зеркально перевернуты: чем выше цена (ставка заработной платы) данного рабочего места, тем больше спрос на него, и, чем ниже его цена, тем меньше. В точке пересечения кривых спроса и предложения устанавливается равновесная цена рабочего места и количество рабочих мест, которые работники готовы занять на определенных условиях оплаты труда, а работодатели согласны эти рабочие места предоставить.

Субъектами рынка рабочих мест являются собственники средств производства и весь оборот совершается только между ними в силу того, что наемные работники в этом обороте не участвуют по причине отсутствия денежных средств. Субъектами рынка труда являются как наемные работники (собственники своей рабочей силы), так и работодатели (собственники средств производства). Различие объектов обращения (рабочая сила и рабочие места), а также несовпадение контрагентов (продавец рабочей силы и работодатель как покупатель на рынке труда) и собственников рабочих мест (в качестве как продавцов, так и покупателей на рынке рабочих мест) дают основания некоторым ученым считать рынки труда и рабочих мест автономными. Представляется, что предприниматели покупают не рабочие места как таковые, а средства производства, хотя возможны ситуации, когда выкупается

предприятие работниками, в том числе с целью сохранения рабочих мест, государство как работодатель может выкупить или национализировать предприятия преследуя социальные задачи. Что касается неучастия носителей рабочей силы в обороте на рынке рабочих мест, можно заметить, в России 13,1% занятого населения работает не по найму, существуют производственные кооперативы и народные предприятия. Так как субъектами на рынке труда являются и работники и работодатели, то спрос и предложение можно рассматривать в отношении не только рабочей силы, но и рабочих мест - определенных условий труда, характера работы, заработной платы.

Смысл маркетинга рынка труда заключается в функциях, целях и задачах, концепции, методах, субъектах и институтах маркетинга рынка труда. Цель маркетинга рынка рабочей силы в общем виде без детализации по уровням заключается в изучении потенциального работодателя, трудового потенциала, с тем чтобы товар - рабочая сила (услуга по подбору персонала) исключал дополнительные усилия по найму персонала. Задача состоит в выявлении и комплексном учете интересов общества, территорий, кадровых агентств, ассоциаций предпринимателей и профсоюзов и прежде всего работодателей и работников. Ниже приведена примерная схема функций маркетинга труда, разработанная нами (рис. 1). Она может конкретизироваться относительно субъекта маркетинга. Так, если речь идет о кадровом агентстве, то можно, как и для функций маркетинга потребительских товаров, выделить продажу, т.е. здесь фирма продает свою услугу, причем ее может оплачивать как работодатель, так и трудоустроенный, или солидарно.

Одна из основных причин несовершенства рынка труда лежит в информационной асимметрии о спросе и предложении труда. Специализированные институты способны сглаживать "информационные провалы". Три основные функции, направленные на этот процесс, а именно, аналитическая (сбор, обобщение данных о рынке труда); маркетинг рынка труда как специальное изучение рынка рабочей силы; деятельность по публичному представлению информации о состоянии рынка труда, реализуют следующие институты (ранжированные по степени их значимости):

- государственная служба занятости;
- частные агентства занятости;
- общественное мнение, система индивидуальных предпочтений;
- центры переобучения и дополнительного образования, специализированные тренинговые компании;
- фирмы, специализирующиеся на консультировании по кадровым вопросам и по оценке персонала;
- профсоюзы и объединения работодателей;
- специальные издания по вопросам занятости.

Маркетинг является инструментом управления рынком труда и, соответственно, регулирования, анализа, планирования, учета и других функций менеджмента. Допускается рассмотрение *маркетинга как специфической функции управления*, назначение которой заключается в обеспечении деятельности

исходя из изучения и учета спроса, требований конкретных клиентов, для достижения наивысших результатов. Регулирование как функция управления - вид деятельности, направленный на предотвращение или исправление сбоев в процессе развития по отношению к цели.

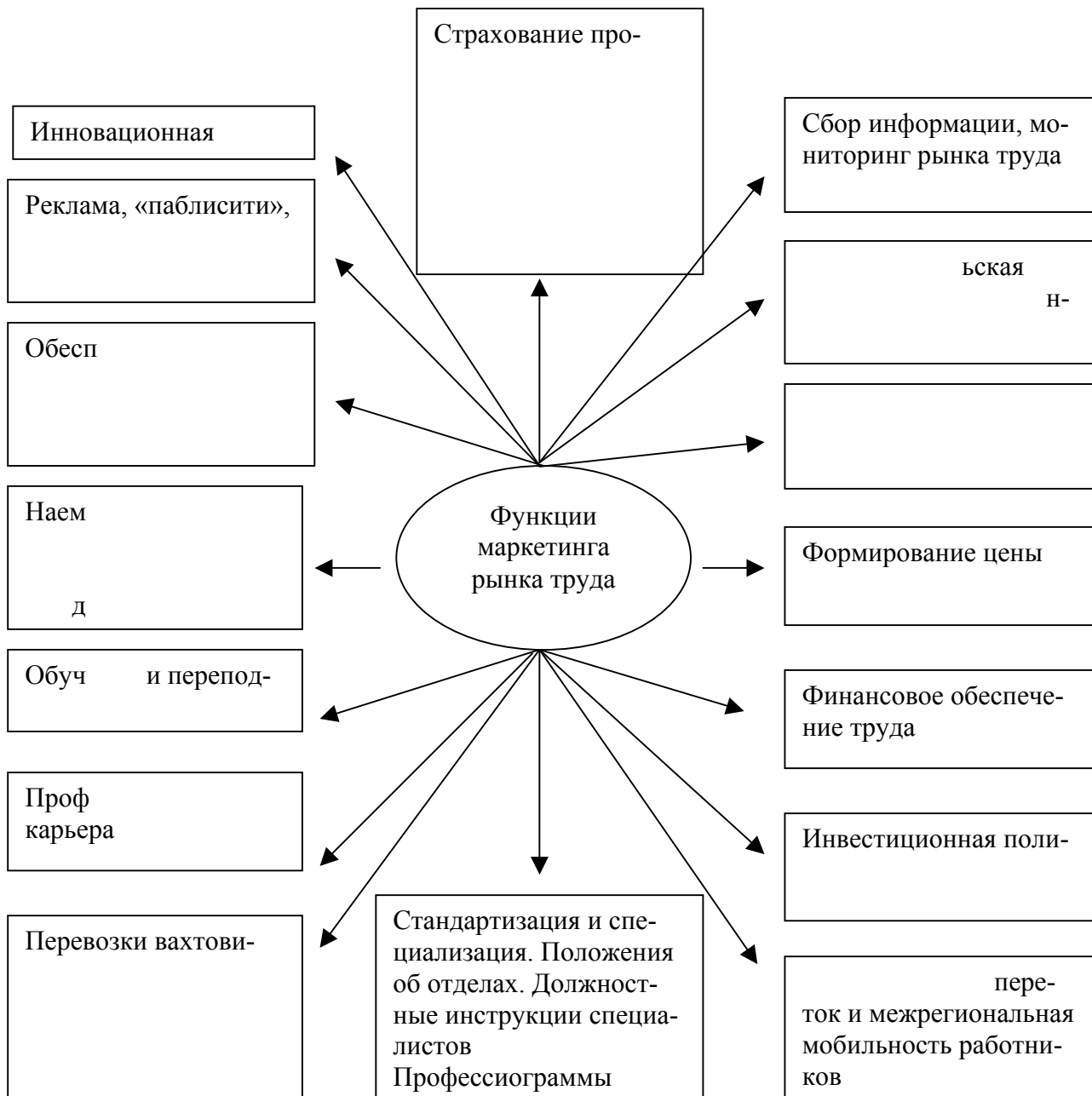


Рис. 1. Функции маркетинга труда

Регулирование - научно-обоснованное, целенаправленное и опосредованное воздействие на процесс (объект) методами, проистекающими из системы экономических и социальных законов. Регулирование рынка труда - процесс целенаправленного воздействия государства на условия использования рабочей силы через систему мер экономического, правового, административного, организационного порядка. Руководство в командных экономиках рассматривалось как более широкое понятие по отношению к управлению,

как более широкое понятие по отношению к управлению, причем несло в себе определенный заряд директивности, политической воли. Современное понимание руководства описывается как процесс влияния на подчиненных для достижения единой цели.

Помимо общих функций менеджмента важно, на наш взгляд, рассмотреть также специфические функции управления, присущие для маркетинговой деятельности на рынке труда как функции конъюнктурных исследований рынка рабочей силы; функции исследования потенциала сегментов рынка рабочей силы; функция профессиональной ориентации и профотбора; функция обеспечения мобильности рабочей силы. В качестве обеспечивающих функций системы управления маркетингом рабочей силы выступают следующие функции: кадровое обеспечение, представленное совокупностью действий по подготовке, переподготовке, повышению квалификации, подбору и расстановке кадров в рассматриваемой системе; научно-методическое обеспечение, включающее повышение уровня обоснования различных форм деятельности на рынке труда, проведение исследований по проблемам применения маркетингового инструментария в менеджменте персонала; создание правового поля; финансовое обеспечение.

Под комплексом маркетинга (Marketing mix) рынка труда понимается комбинация маркетинговых средств (ключевых переменных), предназначенных для воздействия на рынок рабочей силы с целью достижения конкурентного преимущества и воздействия на работодателей. Получил название «четыре пи» маркетинга („Four Ps“ of marketing), т. к. состоит из товара (Product), продвижения (Place), цены (Price), стимулирования (Promotion). Каждая переменная подразделяется на ряд составляющих (см. табл. 1). Разработка комплекса маркетинга рынка труда нами сделана по аналогии с маркетингом потребительских товаров включает: а) разработку товара "рабочая сила"; б) определение стоимости конкретной рабочей силы; в) создание системы распределения рабочей силы и коммуникаций (реклама, стимулирование занятости, организация благоприятного общественного мнения, личные контакты); г) обеспечение персоналом (профотбор; переподготовка и повышение квалификации персонала субъектов рынка труда; организация труда и персонал-менеджмент; стимулирование по результатам выполнения маркетинговых функций).

При выборе стратегии в охвате сегментов комплексами маркетинга рынка труда могут быть использованы 3 основных подхода: массовый маркетинг, дифференцированный, концентрированный.

Для достижения эффективности маркетинговой деятельности необходимо как анализировать возможности рынка труда, отобрать подходящий целевой рынок, разработать комплекс маркетинга и реализовать его. Этот проблеме посвящен 2.3. «Критерии сегментирования рыночного пространства. Позиционирование товара "рабочая сила" на рынке». В диссертации описан процесс маркетинг-менеджмента рынка рабочей силы, включающий в себя следующие этапы:

1. Анализ рыночных возможностей, который предполагает: а) маркетинговые исследования и сбор маркетинговой информации; б) анализ среды маркетинга, возможности субъекта рынка труда; в) анализ работодателей.

2. Отбор целевых рынков рабочей силы, предполагающий следующую последовательность действий: а) замеры и прогнозирование спроса на конкретную рабочую силу; б) сегментирование рынка труда; в) отбор целевых сегментов; г) позиционирование товара "рабочая сила" на рынке труда.

3. Разработка маркетинг-микса: а) разработка товара "рабочая сила"; б) определение стоимости конкретной рабочей силы; в) создание системы распределения рабочей силы и коммуникаций; г) обеспечение персоналом.

4. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий осуществляются через системы маркетинговой информации, планирования; организационную структуру, систему маркетингового контроллинга результатов, проведение корректирующих действий.

Таблица 1

Маркетинговый комплекс

| Товар (услуга) | Распространение | Стимулирование | Цена |
|--|---|---|--|
| Количество | Каналы распространения, в том числе: | <u>Что?</u> Создание предпочтения | Заработная плата и выгоды нематериального характера |
| Социально-демографические характеристики | Сеть представительств кадровых агентств | Предоставление информации | Стоимость услуги по подбору персонала |
| Профессии | Ярмарки вакансий | Трудовые контракты; Договоры привлечения заемной рабочей силы; договоры между работодателем и кадровым агентством | Цена периодического издания |
| Квалификация | Конкурсы, аукционы | <u>Кому?</u> Работодателям | Доля зарплаты, отчисляемая международным кадровым агентствам за трудоустройство за границей и т.д. |
| Торговая марка | Дни карьеры, Конгрессы выпускников | Читателям специзданий Посредникам (кадровым агентствам, распространителям газет) | |
| Гарантии и испытательный срок | Internet | <u>Как?</u> Реклама | |
| Психологическая подготовленность | Доставка персонала транспортом | Общественные связи Прямой контакт с работодателем | |

Процесс разделения рынка на субрынки получил название сегментации. Применительно к рынку труда его *сегментирование* есть процесс разбивки предложения рабочей силы и спроса на нее на группы, выражающие совокупности, которые одинаково реагируют на один и тот же побудительный мотив занятости. Цель сегментации состоит в обеспечении максимального проникновения на такие сегменты, которые в большей степени соответствуют характеру предлагаемой рабочей силы. Множественная сегментация связана с учетом возможностей двух и более сегментов, каждый из которых характеризуется от-

личительными совокупностями, по которым разрабатываются ориентированные на каждый сегмент планы маркетинга.

В качестве объектов сегментирования на рынке рабочей силы выделены: работодатели, наемные работники, кадровые агентства. Сегментация работодателей позволяет оценить их потребности в рабочей силе и адаптироваться к ним. Если объектом сегментации выступает незанятое население, в том числе безработные, работники, тогда формируется представление о тех группах, которые характеризуют их совокупность (по качественным и количественным характеристикам, поведенческим функциям и т.п.). В диссертации подробно рассматриваются различные цели сегментации.

Позиционирование товара "рабочая сила" на рынке - система мер по обеспечению товару конкурентоспособного положения на рынке труда и разработка соответствующего комплекса маркетинга. Речь идет о маркетинговых средствах (территориальные, отраслевые и межотраслевые, внутриорганизационные и профессионально- квалификационные перемещения в сфере труда), с помощью которых можно убедить работодателя, что речь идет об отличной от других потребительской стоимости, сформированной специально для него. Если сам собственник товара "специфическая рабочая сила" или кадровое агентство уделит должное внимание такому разделу маркетинга персонала, как выявление потребительских нужд, разработка модели формирования по потребительской стоимости, то затраты на распределение по сферам приложения труда работников не требуются. Представление рынка о потребительской стоимости товара "рабочая сила" не всегда соответствует реальным характеристикам. Часто два товара могут быть очень разными, а потребитель воспринимает их как полностью взаимозаменяемые. Качественно позиционировать рабочую силу означает воздействовать на те точки в представлениях потребителя (работодателя) об идеальном работнике, которые заставляют его идентифицировать свой идеал с предлагаемой способностью к труду (характеристиками кандидата на вакантное место).

В процессе позиционирования товара на рынке, выделяются следующие виды маркетинга: конверсионный маркетинг, стимулирующий, развивающий (перспективный), ремаркетинг, поддерживающий маркетинг, демаркетинг, противодействующий маркетинг, диверсификационный маркетинг.

Эффективное функционирование рынка труда возможно при наличии разветвленной инфраструктуры, в составе которой, в частности, негосударственные организации. Этому вопросу посвящен §2.4. «Управление маркетингом рабочей силы. Организация маркетинга в кадровом агентстве». Выделяется три группы агентств: посредники; поставщики рабочей силы; поставщики прямых услуг; по функциональному признаку - до 16 видов агентств: платные бюро по трудоустройству, агентства по трудоустройству за границей, по найму иностранных граждан, по поиску и подбору высших менеджеров (сюда включают и рекрутерские агентства), центры профподготовки, по временному трудоустройству, по временному предоставлению рабочей силы. Организация маркетинга в кадровом агентстве

включает внедрение маркетинга в организацию предприятия, а также состоит в организации решения самой задачи маркетинга. В агентстве задача маркетинга может быть определена по функциям, по группам работодателей, по группам ищущих работу, по сферам или по комбинации этих критериев.

В третьей главе «Регулирование занятости в трансформационном движении рынка труда» выделяется особенность маркетинга рынка труда в отличие от маркетинга потребительских товаров, сопряженная со специфическими чертами объекта маркетинга. В этой связи параллельно с продуктивными результатами исследования зависимости „спрос - предложение“ на рабочую силу изучено явление „социально-политической системы занятости“.

В России в программах содействия занятости обычно выделяются следующие направления политики занятости:

- целевое поощрение трудоустройства и реабилитации граждан, особо нуждающихся в социальной защите;
- содействие занятости выпускников образовательных учреждений;
- содействие временному трудоустройству граждан;
- содействие развитию самозанятости и предпринимательской инициативы;
- профессиональное обучение безработных граждан и незанятого населения;
- профессиональная ориентация;
- поддержка доходов безработных граждан и граждан, находящихся под риском увольнения.

По мнению автора, при разработке концепций государственной политики занятости важно понимание, во-первых, неоднозначности социально-экономических последствий конкретных мер в области занятости, во-вторых, неизбежной их противоречивости, что может быть сопутствующий рост коррупции, торможение структурной перестройки экономики, повышение инфляции и т.д., в-третьих, необходимости учета внешних факторов и интегрированности концепции занятости в модель общеэкономического пути развития страны. Если макроэкономический курс описывается стратегией либерализации, то, естественно, базовое направление трансформации рынка труда состоит в либерализации сферы труда и занятости. Очевидно, имеется косвенное влияние внешнеэкономической политики государства на уровень безработицы. Протекционистские меры в отношении отечественного производителя способны поддерживать занятость в областях неконкурентоспособных при открытости рынка. Падение обменного курса рубля, как это было в 1998-1999 гг., оказало некоторое стабилизирующее воздействие на занятость, т.к. ослабило позиции "заморских" товаров.

Проблема занятости является многоуровневой и можно выделить отдельные этапы регулирования рынка труда и определить круг задач для каждого уровня. На общенациональном проводится государственная политика занятости, формируется законодательная база рынка труда страны, качественные характеристики рабочей силы (через систему образования и переподготовки кадров), проводится структурная политика, регулируется спрос

и предложение на труд, совершенствуются институты рынка труда. На региональном уровне обобщается информация о региональном рынке рабочей силы, реализуются программы содействия занятости, прямые инвестиции через региональные отделения службы занятости и органы местного самоуправления и т.д. К локальному уровню менеджмента рынка труда относится отдельный хозяйствующий субъект (предприятие), где происходит перемещение персонала, в том числе межстрановое в рамках ТНК, филиальной сетью, происходит потребление рабочей силы и возмещение через формы и системы оплаты труда, внутрифирменное обучение кадров, карьерный рост и пр. В условиях глобализации рынков, в том числе и труда, настоятельным требованием выступает формирование международных маркетинговых концепций интернационального и страновых рынков рабочей силы со стороны межправительственных и правительственных организаций, международных общественных организаций, включая МОТ.

Автор придерживается мнения, что социально-правовая синергетика представляется не лишенной оснований как методология, применимая для анализа, в частности, социально-политической системы занятости, социальной политики на рынке труда, но каузальные экономические связи, например, занятости, инвестиций, инфляции, заработной платы, экономического роста можно продуктивно отслеживать и количественно измерять в рамках традиционной методологии. Рассмотрение избытка рабочей силы на 3-х уровнях: сущность, явления, последствия позволяет выработать комплексный взгляд на проблему, установить следственные связи, а при анализе последствий учесть все многообразие проявлений безработицы. Анализ трендов на рынке труда необходимо осуществлять на основе дескриптивного подхода - установления причинно-следственных связей между уровнем падения производства и сокращением рабочих мест, приватизацией государственных предприятий и масштабами абсолютного высвобождения рабочей силы, развитостью рынка образовательных услуг и масштабами подготовки и переподготовки кадров и пр.

Государственная политика занятости на федеральном (национальном) и региональном уровнях должна преследовать стратегические и тактические цели. Тактические цели направлены в первую очередь на достижение равновесия на рынке труда, обеспечение полной, продуктивной и эффективной занятости, а стратегические ориентиры заключаются в улучшении уровня благосостояния населения на основе экономического роста.

В § 3.2. обоснована необходимость государственного вмешательства в транзитивную экономику обусловлена требованием устранения или компенсации внешних эффектов (экстерналий), осуществлением целенаправленного вектора реформ, амортизации резкого роста социальной напряженности. Цели и функции государственного регулирования рынка труда в трансформационном процессе сгруппированы в три блока: экономические; социальные; политические.

Не преувеличивая роль транзитологии до отрасли науки, считаем возможным рассматривать *транзитологию в качестве методологического основа-*

ния социально-экономического и политэкономического анализа. Переходность, трансформация, модернизм как парадигмы могут выступать основой изучения нестабильных сложноорганизованных систем, как например, рынок рабочей силы. Временные, темпоральные характеристики процессов на рынке труда становятся привязанными к социально-экономической среде, увязываются с глобальными долгосрочными тенденциями экономического, политического, социального, информационного развития. Сущность трансформации социально-трудовых отношений состоит в модернизации механизмов найма, распространения и перераспределения ресурса труда в национальном, региональном масштабах, ценообразования (оплаты труда), условий использования труда. Предполагает отказ от прямого директивного управления сферой занятости к сочетанию двух механизмов: рыночного; государственного регулирования рынка рабочей силы.

Трансформационный процесс был сопряжен также с изменением правовой базы, терминологическими новациями.

В основе движения социально-экономических явлений лежит разрешение противоречий. Менеджмент рынка труда должен учитывать сложившиеся в России противоречия между:

- государственной политикой занятости, направленной на достижение эффективной занятости методами либерально-монетаристского регулирования и высокой социальной ценой реформ;

- фактическим акцентом на методы пассивной политики на рынке труда, направленные на смягчение последствий безработицы и необходимостью крена к активной политике, способной повысить эффективность занятости;

- отраслевой направленностью подготовки специалистов в системе начального и высшего профессионального образования и потребностями региональных рынков рабочей силы в персонале определенной профессионально-квалификационной структуры;

- ограниченностью средств служб занятости в регионах и необходимостью финансирования программ развития занятости в депрессивных регионах.

Совокупность факторов определяющих специфику трансформационного рынка рабочей силы группированы в три блока: факторы стартовой ситуации; фоновые факторы, преимущественно связаны с демографической ситуацией в стране и миграционными потоками, а также политическими процессами; факторы перехода, обусловленные сущностью и противоречиями трансформации трудовых отношений.

В диссертации описаны принципы идеальной модели современного цивилизационного организованного рынка труда; тенденции изменения ситуации на отечественном рынке труда.

В § 3.3. акцентируется внимание на противоречивость роли малого бизнеса. Для экономики конкретной страны в определенный период ее развития существует определенное оптимальное соотношение между крупным, средним бизнесом, являющимся носителем экономической результативности и малым предпринимательством – экономическим буфером, куда сбрасываются излишки рабочей силы при ухудшении конъюнктуры рынка и рекрутируется персонал

при экономическом буме. В ходе глобализации предпринимательства типичным стало использование транснациональными корпорациями малых форм особенно в развивающихся странах для расширения своих производственных и сбытовых сетей.

Масштабы малых форм предпринимательства определяются макроэкономической политикой и технологическим уровнем, а в итоге – выбором между трудоемкими и капиталоемкими производствами. Малое предпринимательство создает рабочие места низкой капиталоемкости: затраты капитала в расчете на одно созданное рабочее место в среднем ниже, чем в крупных. Это позволяет описывать малое предпринимательство как эффективную сферу с позиции обеспечения занятости, причем с большей гибкостью (неполная рабочая неделя, совместительство, работа по гражданско-правовым договорам, со скользящим графиком работы, гибким рабочим временем и т.д.). Возможность быстрой экономической, технологической и организационной переналадки придает малым предприятиям маневренность и адаптивность к изменяющимся рыночным условиям. В странах с переходными экономиками развитие малых форм предпринимательства имеет и глубокий политический аспект – формирование рыночной идеологии, реального рыночного фона, конкурентной среды.

В диссертации указано на неадекватность межстрановых сравнений малых фирм, множественность национальных критериев отнесения предприятий к малым и как итог переоценка вклада малых форм хозяйствования. Вопреки распространенному мнению доказана низкая экономическая эффективность малого предпринимательства во всем мире. Описаны экономические ниши малых и средних фирм.

В Главе 4 - «Новые тренды в занятости в России и за рубежом. Нетипичные формы занятости» рассмотрены последствия глобализации, тенденции на международном рынке рабочей силы, а также новые тенденции на рынке рабочей силы. Среди рынков труда по критерию масштабности выделены: локальный, региональный, национальный, единый рынок рабочей силы ЕС, международный (существуют пока только его контуры). В настоящее время сложились и функционируют пять крупных международных региональных рынков труда: западноевропейский, ближневосточный, азиатский, латиноамериканский, африканский. В первом случае произошло даже юридическое конструирование рынка труда в рамках Европейского сообщества. Международный рынок труда - не механическая совокупность национальных рынков, а интер- и даже наднациональное образование, базирующееся на "спросе - предложении" на трансграничную рабочую силу через экспорт/импорт рабочей силы; рабочая сила как фактор производства может объединиться с капиталом через его движение. Из разных стран мира на поиск работы ежегодно устремляются около 23 млн. чел. К примеру, удельный вес иностранных рабочих в Люксембурге составляет 30% от общего числа занятых, в Швейцарии -17 %, в ФРГ - 8 %, во Франции - 7,3 %, в Австрии - 5,8 %, в Объединённых Арабских Эмиратах - 90 %.

Сегментирование интернационального рынка рабочей силы проведено по характеру рабочей силы, национальным особенностям, традициям и менталите-

ту, религиозной приверженности, а также по территориальному признаку (например, западноевропейской, Юго-Восточной Азии, России и др.).

Международный рынок шлифует особый тип универсальной и гибкой рабочей силы, сферой приложения которой становится уже все мировое хозяйство; эта рабочая сила выступает как бы двойственным образом: в качестве носителя общечеловеческих норм жизни и носителя национальных культур и традиций. Тенденция глобализации социально-трудовых отношений, формирование единого социально-экономического пространства означает сближение законодательства о труде различных стран и социальной политики в областях: условий и оплаты труда, продолжительности рабочего времени, процесса найма/увольнения работников, профессионального обучения, положения иностранной рабочей силы, статуса безработного, деятельности профсоюзов и пр. Проблема заключается не только в истоках западноевропейского (континентального) права от романского, в то время как англо-саксонское право базируется на прецедентном общем праве, сколько во внутреннем давлении на законодателей со стороны профсоюзов и работников.

Стремительно нарастающий процесс глобализации активно влияет на интенсивность и структуру транснациональной миграции. С нарастанием темпов экономического роста России, а также складывающейся демографической ситуации потребность в иностранной рабочей силе в перспективе может возрасти. В то же время процессы ее привлечения сопровождаются незаконным трудоустройством иностранцев в России (не менее 100 тыс. человек в год). В диссертации исследованы потоки легальной и нелегальной трудовой миграции в РФ.

Среди причин приёма мигрантов выделена: демографическая динамика; структурные сдвиги в экономике, в частности в машиностроении, строительстве и на транспорте. Отмечается, что трудовая миграция развивается на основе: межправительственных соглашений; индивидуальной инициативы самого работника; рекомендаций посреднических коммерческих фирм; нелегальных каналов. Причины экономической миграции связываются с высоким уровнем безработицы на родине; перекосами в половозрастной структуре населения; ограниченными возможностями развития науки и культуры; низким жизненным стандартом; длительной экономической депрессией. Проведена классификация миграции. В диссертации подробно анализируются региональные различия процессов, протекающих на рынке труда. Рассмотрено состояние рынка труда в странах СНГ, в РФ - в разрезе федеральных округов, субъектов Федерации.

Теория гибкого рынка труда, гибкие формы занятости рассмотрены в § 4.2. Среди основных аспектов характеризующих гибкость рынка труда, на наш взгляд, можно назвать: способность оперативно реагировать на изменение общей конъюнктуры рынка труда; гибкость хозяйствующих субъектов, выражающаяся в гибком изменении объёмов и номенклатуры выпускаемой продукции, использовании технических новаций, новых форм организации производства и труда, управления кадрами; многообразие форм найма и увольнения работников; востребованность рынком профессионально- квалификационной подготовки: её достаточность, создание узкой специализации и широты про-

фессионального кругозора; функциональная гибкость рабочей силы, характеризующаяся высокой степенью мобильности, изменением приоритетов в сфере труда и его мотивации, установлением более подвижного режима работы, гибкого графика работы; гибкость оплаты труда на основе более дифференцированного подхода, а также гибкость в регулировании издержек на рабочую силу; гибкость методов и форм социальной помощи нуждающимся и адресность; разнообразие форм нетипичной занятости: временной, частичной, подрядной, сезонной, контрактной и др.

В качестве постановки вопроса утверждается, что своеобразным проявлением гибкости труда в России выступает задержка зарплаты, частичная безработица, неоплачиваемые очередные отпуска и больничные листки. Видовое многообразие занятости определяется,

во-первых, со стороны **предложения труда** следующими факторами:

- биосоциальными различиями людей;
- различием пола, возраста, семейного положения;
- разнообразием интересов, потребностей, социокультурных ценностей лиц и групп населения;
- уровнем материального благосостояния;
- образованием и квалификацией,

во-вторых, со стороны **спроса**:

- потребностью в рабочей силе разной квалификации;
- колебаниями объема спроса на труд;
- отраслевыми и территориальными различиями предприятий;
- технологическими условиями производств.

Названные факторы определяют и соотношение между традиционными и нестандартными формами занятости.

В диссертации выделяется два типа флексибилизации труда: экстернализация и интернализация. Под первым понимается систематическое привлечение дополнительного персонала. Для фирмы экономия возникает на выплатах социального характера, за выслугу лет и пр. Экстернализация применяется на предприятиях с низкими технологиями. Интернализация является также гибкой формой занятости, но в рамках постоянного коллектива, когда приветствуется совмещение профессий, повышение квалификации. Этот тип оправдан при расширении рынка, обновлении ассортимента продукции; нежелателен в ситуации снижения конъюнктуры рынка. На практике работодатели применяют оба типа флексибилизации одновременно. Возрастание доли занятых в сфере услуг означает не деиндустриализацию промышленности, а деиндустриализацию занятости населения. По мнению автора можно говорить о **«четвертичном» секторе (информационных технологиях)**, выделившемся из третичного, в составе которого находились, в частности, информационные услуги, благодаря развитию средств коммуникации, сети Internet, глобализации рынка. Современная коммуникация, присущая информационным обществам, делает пространственно независимой работу от места ее выполнения. Можно прогнозировать взрывной рост числа рабочих мест, не требующих закрепления: в сфере

статистического учета, обработки данных, исследований и консалтинга, дизайна и конструирования, приема заказов и сбыта и пр.

С развитием системы коммуникаций может измениться подход к понятию «подходящая» работа по признаку территориальной удаленности. Благодаря сети Internet территориально разделенные корпорации могут иметь единую систему документооборота между подразделениями, обеспечивать оперативной информацией о пакете предложений удаленных агентов. В России необходимо учитывать возможности перспективного развития телеработы. Количественная оценка уровня и потенциала занятых работой на компьютере не имеет точной достоверности в силу новизны феномена и неоднозначной определенности самого рабочего места с имеющимся компьютером. Достаточно сказать, что понятия «Telearbeit», «Telejobs», «Teleworker» не имеют пока адекватного перевода на русский язык, и мы условно употребляем термины «телеработа», «телекомпьютинг», «телеработник», понимая под ними выполнение служебных обязанностей с помощью компьютерной сети, телефакса, сотового телефона и др. средств коммуникации без закрепления рабочего места на предприятии. Помимо компьютера (ноутбука) с модемной связью для мобильных рабочих мест важно наличие пейджеров, радиотелефонов. Говоря о международном рынке труда - система телеработы позволяет импортировать рабочую силу без физического перемещения, что ускоряет процесс перелива труда в глобальном разрезе. Сфера информационных услуг является динамично развивающейся и перспективной, имеет первоочередное значение для экономического роста; она будет определяющей в формировании занятого контингента. Теория управления в условиях информационного общества нуждается в дополнительных исследованиях, а в области трудового права наметились существенные пробелы.

В заключении диссертации сформулированы основные выводы по результатам исследования.

В отдельный блок выделены «Практические рекомендации автора по совершенствованию законодательства о труде и занятости населения и организационно-экономические положения».

Основные публикации автора по теме диссертации

Монографии

1. Патласов О.Ю. Маркетинг-менеджмент рынка труда.// Омск: Изд-во Томского ун-та, 2000. - 40 п.л.
2. Patlassov. O, P. Tillack, E. Schulze. Einflussfaktoren auf Gewinn und Rentabilitaet landwirtschaftlicher Großbetriebe im Gebiet Omsk, Russland.// Discussion Paper No. 39. IAMO. Halle/Saale, 2002. 52 S. –6/2 п.л.
3. Патласов О.Ю. Управление риском на основе маркетинговых исследований.// Гл. 6. в монографии "Нетрадиционные маркетинговые исследования". М.: МГУ, 1994. Под общ. ред. Б.М. Мочалова. 1 п.л.

Учебные пособия

4. Патласов О.Ю. Маркетинговое управление рынком труда. Учеб. пособие. - Омск, 2003. – 60 п.л.

5. Патласов О.Ю., Джурабаев К.Т. Теория и практика предпринимательского риска. В 2 частях. Ч.1.// Омск, 1997. –11/5,5 п.л.

6. Патласов О.Ю., Джурабаев К.Т. Теория и практика предпринимательского риска. В 2 частях. Ч.2. // Омск, 1997. 10/5 п.л.

7. Патласов О.Ю., Джурабаев К.Т. Рыночный хозяйственный механизм (передовой зарубежный и отечественный опыт). В 2-х частях.// Новосибирск, 1991. -Ч. 1. – 12/6 п.л.

8. Патласов О.Ю., Джурабаев К.Т. Рыночный хозяйственный механизм (передовой зарубежный и отечественный опыт). В 2-х частях.// Новосибирск, 1991. - Ч. 2. - 13,75/6,8 п.л.

Научные статьи

9. Патласов О.Ю. Текучесть кадров и дисциплина труда: проблемы управления.// Экономический механизм в новых условиях хозяйствования: Сб. науч. тр./ Под ред. П.Ф. Белозерова. -Омск: Омск. ун-т, 1988. – 0,5 п.л.

10. Патласов О.Ю. Управление социалистической дисциплиной труда в условиях НТП.// Проблемы совершенствования организации труда и производства в условиях НТП./ Межвузов. сб. науч. тр. - Новосибирск: НЭТИ, 1987. – 0,3 п.л.

11. Патласов О., Тагильцев С. Совершенствование организации труда, укрепление дисциплины на основе аттестации и рационализации рабочих мест в сельскохозяйственном производстве.// АПК: экономика, управление. -М.: Агропромиздат, 1988. 0,25/012 п.л.

12. Патласов О.Ю. Дисциплинарная политика в условиях высвобождения рабочей силы.// Перестройка: новые общественные явления, новые исследовательские подходы. Докл. участников Всесоюз. шк.-семинара молодых ученых и специалистов. -Л., 1989. – 0,25 п.л.

13. Патласов О.Ю., Тагильцев С.М. Укрепление дисциплины труда, совершенствование организации рабочих мест на основе их аттестации и рационализации.// Земля Сибирская, Дальневосточная, 1989. №3. - 0,25/0,12 п.л.

14. Патласов О.Ю. Направления и потоки безработицы в СССР.// Проблемы управления производством в новых условиях хозяйствования. Темат. сб. науч. тр. -М.: МИУ, 1990. – 0,4 п.л.

15. Патласов О.Ю. Безработица и мотивация труда.// Развитие народного хозяйства в условиях рыночных отношений. Тез. докл. Междунар. конф. молодых экономистов. -Свердловск, 1991. –0,2 п.л.

16. Патласов О.Ю. Дисциплина труда в системе экономических отношений.// Совершенствование организации труда и производства в новых условиях хозяйствования./Сб. науч. тр. -Новосибирск, 1992. – 0,4 п.л.

17. Патласов О.Ю. Темпы, масштабы, модели приватизации и политика занятости.// Совершенствование хозяйствования механизма в условиях формирования рыночных отношений. Тез. докл. 3 Междунар. конф. молодых экономистов и предпринимателей. -Екатеринбург, 1993. - 0,25 п.л.

18. Патласов О.Ю. Национальные особенности и социокультурные ценности в мотивационном механизме труда.// Региональные проблемы межнациональных отношений в России. Материалы Всерос. конф. -Омск, 1993. – 0,25 п.л.

19. Патласов О.Ю. Кооператив как работодатель на рынке труда.// Проблемы развития потребительской кооперации в условиях формирования рынка. Материалы Всерос. науч.-практ. конф. -Новосибирск, 1994. – 0,25 п.л.
20. Патласов О.Ю., Иванова Р.П. Применение маркетингового инструментария к рынку труда.// Проблемы формирования российского предпринимательства. Тез. науч.-практ. конф. -Кострома, 1994. – 0,2 п.л.
21. Патласов О.Ю. Регулирование трудовых правоотношений на сельскохозяйственных предприятиях.// Трудовые отношения в условиях коренного преобразования российского общества: социально-экономический аспект. Тез. докл. и сообщен. Междун. науч.-практ. конф. - Пенза, 1994. – 0,2 п.л.
22. Патласов О.Ю. Российский национальный маркетинг.// Омский регион: исторический опыт, проблемы и пути экономического развития в современных условиях. Материалы мерегиион. науч.-практ. конф. -Омск, 1994. – 0,2 п.л.
23. Патласов О.Ю. Экономический анализ дискриминаций на рынке труда.// Проблемы перехода к рынку в Российской Федерации. Тез. докл. и сообщ. науч.-практ. конф. - Воронеж, 1994. – 0,1 п.л.
24. Патласов О.Ю. Регулирование рынка труда в аграрном секторе экономики.// Аграрная реформа России в условиях формирования рыночных отношений: теория и практика. Тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф. - Воронеж, 1995. – 0,4 п.л.
25. Патласов О.Ю. Занятость в крестьянских (фермерских) хозяйствах: масштабы, проблемы, перспективы.// Сибирская деревня: история, современное состояние, перспективы развития. Материалы Сиб. науч. конф. - Омск, 1996. – 0,4 п.л.
26. Патласов О.Ю. Управление региональной безработицей.// Реформирование экономики региона: опыт, проблемы, перспективы. Тез. докл. 11 Междунар. науч.-практ. конф. Ч.2. -Кемерово, 1996. – 0,2 п.л.
27. Патласов О.Ю., W. Hoffmann Концепция сельскохозяйственного образования на фоне изменений рынка аграрного труда.// Вестник Омского государственного университета, 1996. -№1. – 0,5 п.л.
28. Патласов О.Ю. Феномен скрытой безработицы: понятие, оценка, варианты оптимизации.// Экономические чтения (Материалы). Выпуск 2. - Томск, 1996. – 0,2 п.л.
29. Патласов О.Ю. Трудовая дисциплина, культура труда, экономическая преступность: новые тенденции.//Межвуз. сб. науч. тр. Социокультурная динамика общества: методологические, нравственные, экономические аспекты. - Омск, 1997. – 1 п.л.
30. Патласов О.Ю. Международный рынок труда: контуры, правовые источники, сегментирование. // Экономические чтения. Материалы конференции. Вып. 3. - Томск, 1998. – 0,2 п.л.
31. Патласов О.Ю. Перспективные модели занятости и тенденции на рынке труда.// Социально-экономические проблемы занятости и стратегия экономического развития регионов. Тез. докл. и выст. Респуб. науч.-теорет. конф. - Челябинск, 1998. – 0,25 п.л.

32. Патласов О.Ю. Конфликтный менеджмент.// Вестник Омского государственного аграрного университета, 1998. №1. – 1 п.л.

33. Патласов О.Ю. Динамика емкости и структуры аграрного рынка труда в концепции трех секторов экономики.// Сибирская деревня: история, современное состояние, перспективы развития. Материалы 2 Всерос. науч. конф. - Омск, 1998. – 0,2 п.л.

34. Патласов О.Ю. Der Einfluss der Arbeit als Produktionsfaktor auf die Wettbewerbstätigkeit von landwirtschaftlichen Unternehmen verschiedener Organisationsform" (Влияние использования труда как фактора производства на конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий различных форм хозяйствования).// Competitiveness of Agricultural Enterprises and Farm Activities in Transition Countries. Halle/Saale, 1998. – 1 п.л.

35. Патласов О.Ю. Рынок труда: новые тенденции.// Экономика. Вопросы школьного экономического образования. Новосибирск-Ольденбург, 1999. № 4. – 0,7 п.л.

36. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала как инструмент кадровой политики фирмы.// Человек, рынок, образование на рубеже XXI века. Материалы Международной науч.-практ. конф. -Томск, 1999. – 0,5 п.л.

37. Патласов О.Ю. Конкуренция на рынке труда.// Социальный диалог на рынке труда. Материалы Межрегион науч.- практ. конф. - Омск, 1999. – 0,7 п.л.

38. Патласов О.Ю. Zukunftsfähige Modelle der Arbeitsorganisation: Multilevel Marketing, Telearbeit ("Перспективные модели организации труда: многоуровневый маркетинг, телекомпьютинг").// Вестник Омского государственного аграрного университета, 2000. №2. – 0,8 п.л.

39. Патласов О.Ю. Идеологии образования в контексте формирования конкурентоспособных преимуществ персонала.// Высшее профессиональное образование в условиях международной интеграции. Материалы Международ. науч.-метод. конф. - Омск, 2000. – 0,2 п.л.

40. Патласов О.Ю. Малый бизнес: критерии идентификации, экономические ниши, социальные функции.// Проблемы переходной экономики. Сб. науч. тр. - Новосибирск, 2000. – 0,5 п.л.

41. Патласов О.Ю. Маркетинг-менеджмент рынка рабочей силы.// Управление производственно-финансовой и социальными сферами в регионе: Материалы симпозиума. - Томск, 2000. – 0,4 п.л.

42. Патласов О.Ю. Маркетинг рынка труда и образовательных услуг.// Наука и образование на пороге 111 тысячелетия. Тез. докладов Межд. конгресса. - Минск, 2000. – 0,25 п.л.

43. Патласов О.Ю. Место крупного и среднего бизнеса в промышленной политике страны.// Регион России, 2001. № 1-2. – 0,7 п.л.

44. Патласов О.Ю. Инфраструктура рынка труда.// Проблемы переходной экономики: Сб. научных трудов. Новосибирск: Новосиб. гос. ун-т, 2001. – 0,7 п.л.

45. Патласов О.Ю. Транзитивный рынок труда. Аномалии российского рынка труда.// Сибирская деревня: история, современное состояние, перспективы развития: Сб. науч. тр. В 3 ч. Омск: Изд-во ОмГАУ, 2002. Ч. 111. –0,7 п.л.

46. Патласов О.Ю. Маркетинговые исследования рынка рабочей силы и образовательных услуг.// Бизнес и образование: Материалы науч.- практ. конф. Омск: Изд-во Омского института предпринимательства и права, 2002. – 0,25 п.л.

Подписано в печать 29.09.2003 г. Формат 60x84/16
Печать на ризографе. Бум. офсетная.
Усл. печ. Л. 2,75; уч.-изд. л. 2,5. Тираж 110 экз. Заказ №
Отпечатано на ризографе ОмГАУ г. Омск, Институтская пл., 2