

МАРКЕТИНГ В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА НА РЫНКЕ ТРУДА



Калужский Михаил Леонидович,

кандидат философских наук, доцент кафедры «Организация и управление наукоемкими производствами», Омский государственный технический университет; 644050, г. Омск, пр. Мира, 11
frsr@inbox.ru

Статья продолжает цикл публикаций автора об использовании маркетинга в условиях сетевой экономики на рынке труда. Сетевая экономика трансформирует маркетинг благодаря облачным технологиям и логистическому провайдингу. Особенно значительным изменениям подвержен современный рынок труда. В результате децентрализации управления, функции организации труда делегируются внешним исполнителям в лице специализированных провайдеров логистических услуг. Труд приобретает микроэкономическое значение и превращается в полноценный товар, предмет коммерческих сделок.

Институциональные изменения на рынке труда требуют новых подходов к интерпретации рыночных отношений. Одним из таких подходов может стать использование теории маркетинга в качестве инструмента принятия управленческих решений.

В статье раскрываются особенности товарной политики на сетевом рынке труда с использованием классической теории маркетинга. Автор обосновывает тезис о том, что отчуждение труда в сетевой экономике превращает рынок труда в одну из разновидностей стандартных товарных рынков. На таком рынке применимы обычные товарные стратегии и инструменты маркетинга. Работодатель на этом рынке превращается в заказчика, труд превращается в товар, а работники и посредники превращаются в исполнителей. Инструменты и содержание товарной политики на рынке труда практически идентичны инструментам и содержанию товарной политики на других типах рынков.

Ключевые слова: рынок труда; товарная политика; маркетинг персонала; товарные стратегии; аутсорсинг; фрилансинг; контрактное производство; трудовые отношения; трудовая сделка; маркетинг на рынке труда; организация труда.

Введение. Результатом институциональных изменений в процессе перехода к сетевым формам ведения бизнеса стала децентрализация управленческих функций на рынке труда [1]. Работодатель больше не ограничен рамками собственного производственно-кадрового потенциала. Помимо собственного персонала, он может с таким же (если не большим) успехом использовать внешний персонал и внешние производственные возможности, вплоть до полностью контрактного производства.

Облачные технологии сократили и упростили процесс управления персоналом, одновременно усложнив применяемые для этого технические решения. Это привело к появлению на рынке труда множества логистических посредников, позволяющих заказчикам резко повысить степень мобильности, сэкономить на трансакци-

онных издержках и даже перестать зависеть от производственных мощностей [2]. Сегодня на мировом рынке свыше трети заемного труда приходится на промышленное производство, причем лидируют в этом процессе развитые страны [3]. И Российская Федерация не является здесь исключением.

Однако главное институциональное достижение сетевой организации труда состоит в том, что труд перестал быть объектом исключительно трудовых сделок между работником и работодателем. Общим трендом последних десятилетий стал рост доли коммерческих сделок купли-продажи на рынке труда с участием специализированных провайдеров логистических услуг [4]. Это обстоятельство впервые позволило рассматривать труд как полноценный вид товара со всеми присущими его продвижению маркетинговы-

ми особенностями, методами и инструментами.

Труд как товар. Товарная политика на рынке труда связана с реализацией на практике первого элемента комплекса маркетинга — *Product (товар)*, предусматривая решение задач, связанных с **выбором формы и способа организации труда**. Согласно определению Ф. Котлера, товаром становится «*все, что может быть предложено рынку для удовлетворения некоторого желания или потребности*» [5]. Именно это определение служит методологическим основанием для маркетингового анализа товарных отношений на рынке труда.

Главная особенность маркетинговой интерпретации рынка труда состоит в том, что **товаром** здесь является **не труд как таковой, а его результат**. Вопреки распространенному мнению, труд