

М. Л. Калужский

СЕТЕВОЙ РЫНОК ТРУДА

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ и переработка:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
2. Диссертации и научные работы
3. Школьные задания

Онлайн-консультации

Любая тематика, в том числе ТЕХНИКА

Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -

На сайте электронной библиотеки по экономике и праву
www.учебники.информ2000.pф.

Boxoft Image To PDF Demo. Purchase from www.Boxoft.com
to remove the watermark

Омский государственный технический университет

М. А. Калужский

Сетевой рынок труда

Монография



**Москва
Берлин
2018**

УДК 331.101.5
ББК 65.242
К17

Рецензенты:

С. В. Новиков – д.п.н., зав. каф. управления развитием образования ОмГПУ,
В. Ф. Потуданская – д.э.н., зав. каф. Экономика и организация труда ОмГТУ,
Б. Г. Хаиров – д.э.н., зам. директора Омского ф-ла Финиуниверситета
при Правительстве РФ.

Калужский, М. А.

К17 Сетевой рынок труда : монография /
М. А. Калужский. – ОмГТУ. – Москва; Берлин :
Директ-Медиа, 2018. – 122 с.

ISBN 978–5–4475–2756–3

Монография обобщает работы автора, посвященные сетевой трансформации рынка труда в России. Особое внимание уделено анализу институционального влияния облачных технологий на поведение, стратегию и тактику субъектов маркетинга на рынке труда. Издание рассчитано на участников рыночных отношений, научных работников, преподавателей и студентов всех специальностей.

УДК 331.101.5
ББК 65.242

ISBN 978–5–4475–2756–3

© Калужский М. А., текст, 2018
© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2018
© Омский государственный технический университет, 2018

Оглавление

Предисловие	5
Введение.....	7
Часть 1. Трансформация рынка труда в России	11
1. Структурные изменения на рынке труда.....	11
2. Коммерческая инфраструктура рынка труда.....	13
3. Государственная инфраструктура занятости.....	16
Заключение.....	19
Часть 2. Рынок труда в сетевой экономике.....	22
1. Сетевой рынок труда.....	24
1.1. Традиционный рынок труда.....	26
1.2. Виртуальный рынок труда	28
1.3. Инфраструктура сетевого рынка труда.....	30
2. Спрос на сетевом рынке труда.....	32
3. Предложение на сетевом рынке труда	35
4. Посредничество на сетевом рынке труда	38
5. Сетевая занятость на рынке труда.....	45
6. Институциональное регулирование сетевого рынка труда	49
Заключение.....	52
Часть 3. Профессиональные сети на рынке труда	53
Обсуждение.....	60
Резюме.....	73
Часть 4. Внештатная занятость на рынке труда.....	76
1. Институциональное основание внештатной занятости .	77
2. Уровень TPL-1: Разовый договор.....	79

3. Уровень TPL-2: Заемный труд	80
4. Уровень TPL-3: Лизинг персонала	82
5. Уровень TPL-4: Кадровый аутсорсинг.....	84
6. Уровень TPL-5: Логистический провайдинг	85
Заключение: переипетия институциональной политики	87
Часть 5. Особенности самозанятости в электронной коммерции.....	89
Часть 6. Эффективность маркетинга на сетевом рынке труда	94
Часть 7. Региональная политика занятости (Омская область).....	105
Приложение 1. Распределение удаленной занятости в России	110
Приложение 2. Структура удаленной занятости в России	111
Библиографический список	112

Предисловие

Изменения на рынке труда диктуют необходимость научной интерпретации процессов, связанных с трансформацией межсубъектных отношений на рынке труда, виртуализацией рыночной среды и распространением сетевых форм организации труда. К сожалению, научная интерпретация процессов, связанных с формированием сетевого рынка труда, часто отстает от развития практики трудовых отношений.

В этой связи особую актуальность приобретают работы, раскрывающие особенности, направления и механизмы инновационных изменений на рынке труда. Автору в полной мере удалось решить указанные задачи:

– предложена методология, позволяющая органично адаптировать теорию маркетинга к условиям сетевого рынка труда;

– уточнено понятие «внештатная занятость», определяющее приоритеты планирования маркетинговой политики на виртуальном рынке труда;

– адаптирована к условиям сетевого рынка труда концепция трехсторонней логистики (англ. *Third Party Logistic*);

– определены индикаторы (GPL 1–5), позволяющие оценить конкурентоспособность и потенциал логистических посредников на рынке труда;

– предложена классификация профессиональных сетей, позволяющая участникам рынка труда сфокусировать маркетинговую политику на целевых аудиториях;

– разработаны предложения по совершенствованию институционального регулирования сетевого рынка труда на основе стимулирования и нормативного закрепления инновационных форм организации труда.

Практическое значение монографии состоит в обосновании эффективности применения виртуальных маркетинговых инструментов, а также в обосновании роли логистических провайдеров на сетевом рынке труда. Все это делает монографию «Сетевой рынок труда» важным подспорьем как для участников

сетевого рынка труда, так и для всех, кто интересуется проблематикой трудовых отношений в сетевой среде.

д.э.н., профессор
В. Ф. Потуданская
Октябрь, 2018 г.

Введение

Развитие облачных технологий привело к трансформации рынка труда не в меньшей степени, чем любых других рынков. Если прежде рынок труда на микроэкономическом уровне представлял собой нечто весьма условное, то сегодня это точно такая же высококонкурентная среда для совершения сделок, как и, например, потребительский рынок. Благодаря облачным технологиям, у участников рынка труда появилась возможность выйти из-под опеки государства и заключать трудовые сделки вне его юрисдикции.

В структуре рынке труда сформировался виртуальный рынок труда, обладающий собственным жизненным циклом. Сначала он был небольшим и малозаметным сегментом, который развивался вне поля зрения регулятора. Затем он стал основой неформальной (теневой) занятости и благодаря низким транзакционным издержкам вызвал массовый приток участников.

Развитие виртуального рынка труда и виртуального потребительского рынка шло параллельно. Сначала появились или наполнились новым содержанием присущие ему формы организации труда – заемный труд, фриланс, контрактное производство, проектная занятость. Затем на рынке труда сформировалась специализированная инфраструктура в виде бирж фриланса, профессиональных сетей и специализированных интернет-сервисов.

Социальная составляющая в виде социальной защиты, гарантий занятости, помощи безработным ушла на второй план. Новые формы организации труда вобрали в себя все преимущества виртуальной организации – трансграничность и автоматизацию сделок, низкие издержки и высокую мобильность персонала. Развитие новых форм организации труда значительно опередило совершенствование нормативно-правовой базы их институционального регулирования.

В результате из участия в трудовых отношениях оказалось исключено государство, а полученная экономия разделилось между участниками трудовых сделок. Так, по данным аналитического обзора Сбербанка России «Россия: неформальная занятость как новый феномен» к 2013 г. неформальный сектор рынка

труда в нашей стране насчитывал 20 млн человек, из которых 4 млн человек были фрилансерами. Если считать средний доход неформально занятых работников в 55% от дохода формально занятого населения, то бюджет недосчитался 710 млрд руб. [73, с. 1]. Однако, в целом у фрилансеров доход выше среднего, так что их положение на рынке труда оказалось более привилегированным.

На рынке труда буквально за несколько лет сформировалась новая облачная инфраструктура, охватывающая все сферы рыночных отношений: от поиска персонала до организации удаленного труда. Эта инфраструктура позволила противопоставить виртуальный рынок труда традиционному рынку, за счет сокращения которого и произошел бурный рост виртуальной занятости. Традиционные формы организации труда оказались не только отягощены социальной нагрузкой, но и просто неконкурентоспособны в сравнении с виртуальными альтернативами.

Рынок труда разделился на три части: традиционный рынок труда, виртуальный рынок труда и связывающую их сетевую инфраструктуру, состоящую из специализированных посредников. Сегодня он охватывает не только выполнение работ, но и оказание услуг. Причем, выполнение работ доминирует на традиционном рынке труда, а оказание услуг на виртуальном рынке.

Нельзя сказать, что на традиционном рынке царит застой и деградация. Сетевая инфраструктура рынка труда одинаково доступна всем его участникам. Например, дополняющие бухгалтера сервисы 1С, Контур, дополняющие юриста сервисы Гарант, Консультант и пр. доступны абсолютно всех участникам рынка. Другое дело, что использовать возможности сетевой инфраструктуры в полной мере способны только виртуальные участники рынка труда в силу меньшей зависимости от места размещения и персонала.

Мир кардинально изменился. Сегодня уже не нужно строить завод, чтобы организовать производство новой продукции. Достаточно найти действующие предприятия с недозагруженными производственными мощностями и персоналом. С другой сто-

роны, действующему предприятию не обязательно на свой страх и риск разрабатывать, производить, а затем продвигать на рынке собственную продукцию. Гораздо продуктивнее найти заказчиков, которые оплатят контрактное производство и возьмут на себя заботы о дальнейшей судьбе произведенной продукции.

В результате происходит дефрагментация функций управления на рынке труда, основанная на взаимном делегировании полномочий участниками рынка труда. Функции управления, ранее свойственные одному работодателю теперь перераспределяются между участниками рыночной сети. В такой модели нет места неэффективной организации труда: если какой-то партнер становится неэффективным, то его немедленно заменяют на другого партнера. Точно также можно заменить работника: своего на заемного или вообще передать его функцию на аутсорсинг.

На повестке дня стоит появление такой формы организации труда как «виртуальное предприятие», не имеющее ни офиса, ни постоянного персонала. Здесь процветает «проектная занятость», при которой персонал набирается для реализации конкретного проекта, а по его завершении распускается. Квалифицированные специалисты больше не являются наемными работниками. Они становятся партнерами, выступая в качестве самостоятельного участника трудовых сделок со множеством партнеров и принимая в отношениях с ними полную ответственность за результат своей работы. Все это требует совершенно иных подходов не только к регулированию процессов на рынке труда, но и к их осмыслению.

Нельзя сказать, что этот этап в развитии сетевого рынка труда окончательно завершен, но есть универсальный маркер, свидетельствующий о том, что процесс перехода к следующей стадии жизненного цикла наступает. Этот маркер – позиция институционального регулятора в лице государства. Регулятор больше не является пассивным наблюдателем, а принимает активное участие не только в регулировании, но и в институциональном развитии рынка труда. Это и урегулирование вопросов, связанных с привлечением заемного персонала, создание

общероссийского портала «Работа в России» и сети профессиональных контактов SkillsNet, а также многое другое.

У сетевого рынка труда есть свои положительные и отрицательные стороны. Его нельзя запретить или остановить. В основе его появления и бурного развития лежит экономия на издержках, что в условиях экономического кризиса становится важнейшим фактором конкурентоспособности любого работодателя. Это революция в организации труда. Сложность лишь в том, что любым революциям сопутствует отставание в развитии регулятора от объектов регулирования. Позже это отставание так или иначе ликвидируется.

Однако не только институциональное регулирование отстает от развития рынка труда. Научная теория и методология, являясь отражением рыночной практики, также отстают, догоняя уже не только рынок, но и регулятора. Сегодня накоплено достаточно фактологического материала для того, чтобы сформировать новую микроэкономическую теорию сетевого рынка труда, обобщающую накопленный опыт и выявленные закономерности. Именно эту цель преследует настоящая монография. В ее основу положены работы автора по изучению новых форм организации труда, опубликованные или подготовленные к публикации в последние годы.

Часть 1. Трансформация рынка труда в России

Развитие институтов сетевой экономики предопределило изменения в структуре экономического развития предприятий и регионов, вызванные освоением облачных технологий и виртуализацией инструментов управления. Сферами деятельности, в наибольшей степени затронутыми институциональной трансформацией, стали кадровая политика предприятий и региональная политика занятости. Интернет-технологии спровоцировали спонтанную самоорганизацию на рынке труда, к которой первоначально ни предприятия, ни органы государственного управления оказались не готовы.

На базе этих технологий сформировалась новая, виртуальная инфраструктура рынка труда, существующая параллельно с традиционной инфраструктурой и постепенно вытесняющая ее с этого рынка. То, что зарождалось вначале как инструмент HR-маркетинга, превратилось в самодостаточный элемент рынка труда и продолжает эволюционировать в направлении специализированных электронных торговых площадок. Формы и виды виртуального посредничества могут существенно различаться. Однако объединяет их одно – все они предлагают пользователям расширенный и улучшенный функционал, недоступный традиционным службам занятости.

1. Структурные изменения на рынке труда

Прежняя инфраструктура рынка труда состояла из государственных служб занятости, центров переподготовки, а также специализированных СМИ и независимых посредников. Первоначально несистемные (не относящиеся к государственной инфраструктуре) посредники играли второстепенную роль. Они не могли всерьез конкурировать с государственными службами занятости населения, обладавшими административными возможностями, разветвленной структурой и имевшие бюджетное финансирование. Однако компьютеризация и облачные технологии нивелировали эти преимущества, открыв новые возможности для предпринимательской активности:

1. Дистанционное обслуживание пользователей независимо от их местонахождения.

2. Возможность хранения и обработки большого объема информации.

3. Компьютеризация операций и минимизация операционных издержек.

4. Виртуализация оказываемых услуг на основе облачных технологий.

В результате произошло резкое снижение затрат, связанных с предоставлением посреднических услуг. Входной барьер на рынке труда снизился до минимальных значений, сделав посредничество доступным для энтузиастов и экспериментаторов. Это привело к бурному росту интернет-сервисов, ориентированных на участников рынка труда в самых разнообразных формах: от электронных досок объявлений до банков вакансий и профессиональных сообществ. В своей совокупности они образовали новую, виртуальную инфраструктуру рынка труда, т. н. «профессиональные сети».

Такие сети имеют как минимум одну общую черту – все они основаны на интернет-технологиях и могут удаленно взаимодействовать с пользователями в процессе совместного использования информации и ресурсов. Они не оказывают услуги в ходе личного общения, как традиционные службы занятости, но предоставляют (платно или бесплатно) пользователям удаленный доступ к автоматизированным базам данных. Им не нужен персонал для работы с клиентами, а также офисы, оборудование и т. д. Однако их конкурентное преимущество определяется не только этим, но и сокращением издержек пользователей при трудоустройстве.

Работодатели, благодаря им, получают доступ к мгновенно актуализируемым базам данных, готовую информацию для принятия решений и возможность удаленного контакта с соискателями. Они экономят на ускорении процесса отбора персонала и увеличении выбора. Соискатели получают больше информации о вакансиях, самостоятельно формируют портфолио и инициативно взаимодействуют с работодателями, обретая независимость от служб занятости и субъектность при поиске работы.

Если представить эволюцию виртуальной инфраструктуры рынка труда в виде стандартной модели жизненного цикла, то нынешняя ситуация соответствует второму его этапу (рост). [36, с. 90] На завершении этого этапа заканчивается формирование новых институций, рынок делится между участниками, а на смену экстенсивному развитию приходит углубление специализации.

Однако практика несколько отличается от теории. С одной стороны, ахиллесовой пятой коммерческой инфраструктуры виртуального рынка труда является неизбежная коммерциализация предоставляемых услуг, когда профессиональные сети акцентируются на рекламе в ущерб удовлетворению реальных потребностей пользователей. С другой стороны, государство как институциональный регулятор, сориентировавшись в ситуации, берет на вооружение наиболее эффективные методы коммерческих посредников. Его преимущество состоит в том, что вместо навязчивой рекламы, ухода от ответственности и ненужных платных услуг государство предлагает бесплатный сервис, ориентированный на реальные потребности пользователей¹.

Рынок труда вновь готовится пережить переломный момент в своем развитии, выгодоприобретателями которого станут конечные потребители. Этот процесс не кажется спонтанным, если принять во внимание институциональные причины и закономерности, предопределяющие результат любых рыночных новаций.

2. Коммерческая инфраструктура рынка труда

Коммерческая инфраструктура виртуального рынка труда представлена целым спектром профессиональных сетей, охватывающих все его сегменты. На виртуальном рынке труда она включает пять основных видов сетей:

- 1) **социальные профессиональные сети (СПС)** – *LinkedIn, Viadeo, Профессиональ.ру* и др.;
- 2) **профессиональные сообщества (ИПС)** – *InnoCentive, Executive* и др.;

¹ Интернет-портал «Работа в России» и сеть профессиональных контактов *SkillsNet*.

3) **электронные базы резюме (ЭБР)** – *HeadHunter, Superjob, XING* и др.;

4) **электронные доски объявлений (ЭДО)** – *Indeed, Worki* и ряд др.;

5) **сетевые сервисы фриланса (ССФ)** – *FL.ru, Weblancer, Яндекс-такси, Uber* и пр.

Каждый из них ориентирован на собственную целевую аудиторию, отражающую интересы отдельной категории соискателей вакансий. На виртуальном рынке труда профессиональные сети формируются под влиянием сегментов, на которые они ориентированы, определяющих их специфику, рыночную политику и стратегии:

1. **Социальные профессиональные сети (СПС)** – высший уровень профессиональных сетей, рассчитанных на топ-менеджеров и узкопрофильных специалистов, для которых имидж и узнаваемость являются фактором востребованности работодателями. СПС предлагают им инструментарий для профессионального общения, уподобляясь глобальным социальным сетям (*Facebook, ВКонтакте* и др.). Однако СПС не предоставляют площадку для заключения виртуальных сделок, не гарантируют их соблюдение и не оценивают пользователей. У СПС самый большой дисбаланс между числом зарегистрированных и реальных пользователей. Монетизируют контент СПС за счет продажи премиум-аккаунтов, размещения рекламы и платных объявлений.

2. **Профессиональные сообщества (ИПС)** – предпоследний уровень профессиональных сетей, рассчитанный на менеджеров среднего звена и высококвалифицированных специалистов. Здесь также делается ставка на самопиар пользователей, но осуществляется он в форме персональных блогов и размещения авторских статей. ИПС позиционируют себя как профессиональные сообщества, где пользователи получают возможность добиться профессионального признания, повысив свои шансы в глазах потенциальных работодателей. ИПС тоже не участвуют в сделках на рынке труда и не принимают на себя ответственность по ним перед пользователями. Монетизация контента ИПС мало отличается от монетизации контента СПС.

3. Электронные базы резюме (ЭБР) – центральный уровень профессиональных сетей, ориентированный на специалистов среднего звена и квалифицированных рабочих, а также на работодателей, для которых актуален принцип «здесь и сейчас». Пользователи ЭБР размещают свои резюме (а иногда и вакансии) на бессрочной основе. Монетизация контента происходит так же, как на предыдущих уровнях, плюс практикуется взимание платы с соискателей за приоритетную выдачу резюме по запросу работодателей и с работодателей за платное размещение вакансий. ЭБР гораздо ближе к конечным пользователям, но и они не участвуют в сделках на рынке труда.

4. Электронные доски объявлений (ЭДО) – второй уровень в иерархии профессиональных сетей, логическое продолжение специализированных печатных изданий, ориентированный на помощь в поиске участников сделок. ЭДО имеют ограниченный ассортимент платных услуг, а многие из них вообще бесплатны. Основным источником их монетизации связан с размещением внешней рекламы на своих страницах. Входной барьер на этом рынке очень низок, а конкуренция высока, поскольку создание ЭДО доступно каждому. ЭДО не могут позволить себе широкий функционал, большой штат или затраты на продвижение. Некоторые преимущества имеют корпоративные или региональные ЭДО. Однако участия в сделках они также не принимают.

5. Сетевые сервисы фриланса (ССФ) – нижний (базовый) уровень профессиональных сетей, самый близкий к нуждам пользователей, которые не надеются на постоянную высокооплачиваемую работу. Их интересуют разовые сделки по продаже индивидуально выполненных работ или услуг. Это совершенно особенный вид профессиональных сетей, наиболее близкий по своему функционалу к электронным торговым площадкам (*eBay, AliExpress* и др.). ССФ полностью принимают на себя всю полноту ответственности перед пользователями, напрямую участвуя в сделках (эскроу, арбитраж, рейтинг пользователей и т. д.). В некоторых случаях они даже замещают участников сделок в отношениях с клиентами и заказчиками (*Яндекс-такси, Uber*). Монетизация ССФ обеспечивается за счет взимания процента со сделок.

Несмотря на большое число и ассортимент профессиональных сетей на виртуальном рынке труда, процесс их институционального становления нельзя назвать завершенным. Основным недостатком большинства из них является ориентированность на оказание платных услуг, не связанных с трудоустройством. Это не позволяет им долгосрочно закрепиться на рынке труда. Несмотря на многомиллионную численность зарегистрированных пользователей, число их активных участников крайне невелико. Доказательством этому может служить рост популярности профессиональных сетей нижних уровней. Причина происходящего, по-видимому, кроется в приоритете экономических потребностей над социальными потребностями пользователей.

3. Государственная инфраструктура занятости

В ближайшее время традиционная инфраструктура служб занятости вряд ли уйдет с рынка труда, поскольку за ней стоит практически неограниченный ресурс государства и заинтересованность безработных в получении денежных пособий. Все, что выходит за рамки стандартного комплекса государственных услуг, является полем для экспериментов спонтанных рыночных образований. Они первыми внедряют новые сервисы и инструменты, но и они же и принимают на себя риск, связанный с неудачными нововведениями.

Для удержания контроля над ситуацией на рынке труда государству вынуждено внедрять наиболее успешные технологии, созданные и апробированные профессиональными сетями. При этом у регулятора есть одно неоспоримое преимущество – некоммерческий характер предоставляемых услуг. Так, например, созданный Министерством труда и социальной защиты РФ интернет-портал «Работа в России» предоставляет участникам рынка труда все информационные услуги на бесплатной основе². В качестве дополнительного функционала весной 2018 г.

² *Работа в России*. Общероссийская база вакансий. – Режим доступа: <https://trudvsem.ru>.

запущена профессиональная социальная сеть *SkillsNet*³. Такой подход позволяет решить множество проблем не только в сфере институционального регулирования, но и при заключении контрактов между участниками рынка труда.

Некоторые преимущества интернет-портала «Работа в России» на рынке труда:

1. Услуги портала абсолютно бесплатны для всех пользователей (как работодателей, так и соискателей вакансий). Это освобождает их от необходимости покупки премиум-аккаунтов и оплаты рекламных опций в коммерческих профессиональных сетях.

2. Информационная поддержка Минтруда России, выражающаяся в наполнении базы данных информацией служб занятости. Это обеспечивает portalу безусловное лидерство на рынке труда и создает ценовое давление на коммерческих участников рынка.

3. Информационная поддержка крупных госкомпаний (РЖД, Газпром и др.) способствует наполнению базы данных портала востребованными вакансиями. Это экономит их затраты на набор персонала и повышает привлекательность портала.

4. Подведомственность портала Минтруду РФ превращает региональные службы занятости населения в представительства сервиса на местах. Это позволяет охватить аудиторию, находящуюся вне сферы влияния коммерческих профессиональных сетей.

5. Облачные технологии размещения баз данных повышают их доступность и охват аудитории пользователей. Это позволяет оптимизировать численность персонала региональных служб занятости населения и сократить затраты на их содержание.

6. Концентрация информации на единой платформе превращает портал в незаменимый источник первичной информации о состоянии рынка труда. Это делает его одним из важнейших инструментов реализации государственных программ занятости.

³ *SkillsNet*: Общероссийская социальная сеть деловых контактов. – Режим доступа: <https://skillsnet.ru>.

7. На базе профессиональной сети SkillsNet впервые в России внедрена система отзывов и рейтинговых оценок работодателей⁴. В перспективе это может стать одним из механизмов повышения социальной ответственности работодателей.

8. Принятие на себя арбитражных функций при заключении трудовых контрактов в форме сервиса проверки соответствия трудового договора нормам законодательства. Это способствует повышению социальной защищенности соискателей.

9. Наличие отдельного функционала для инвалидов и студентов в структуре портала. Это позволяет обеспечить социальную поддержку малообеспеченных слоев населения, охватив наименее интересные для профессиональных коммерческих сетей аудитории.

В настоящее время на портале «Работа в России» размещено свыше 1,3 млн вакансий от служб занятости и крупных работодателей, а также около 600 тыс. резюме. Из них около 30% резюме – от студентов и соискателей без опыта работы и 5% резюме от соискателей вакансий, не требующих квалификации⁵. Пока основную аудиторию портала составляют соискатели рабочих и малооплачиваемых специальностей, а также работодатели с не самыми популярными предложениями. Высококвалифицированные специалисты и управленцы не спешат обращаться к этому ресурсу.

Однако ситуация изменится с массовым притоком соискателей вакансий и работодателей. Портал «Работа в России» представляет собой прямой коммуникативный канал с зарегистрированными работодателями. Каждому из них в большем количестве требуются рядовые сотрудники, нежели управленцы высшего звена или специалисты редких профессий. Это значит, что они не просто будут использовать новую возможность бесплатного найма персонала, но и ответят на прямые запросы соискателей более интересных вакансий. А далее все будет зависеть от аргументов и активности самих соискателей. Напри-

⁴ Единственный аналог в мировой практике – профессиональная сеть *Glassdoor* (США).

⁵ Наборы данных / *Работа в России*. Общероссийская база вакансий. – Режим доступа: <https://trudvsem.ru/opendata> (дата обращения: 02.05.2018 г.).

мер, студенты и молодые специалисты благодаря расширенному функционалу уже сейчас могут беспрепятственно пройти стажировку в заинтересовавшей их компании.

Коммерческие профессиональные сети оказываются здесь в заведомо проигрышной позиции, поскольку не способны оказывать бесплатные услуги и услуги, не обеспечивающие достаточную прибыль. Большинство из них не могут даже перейти с финансирования за счет продажи рекламы к финансированию за счет комиссии со сделок на рынке труда. Портал «Работа в России», как полностью бюджетный проект, наоборот, преследует совершенно иную цель – оказание социальных услуг населению. Важным побочным эффектом этого является сокращение затрат на содержание служб занятости благодаря перехода к облачным технологиям.

В ближайшей перспективе столь уникальное положение портала «Работа в России» неизбежно превращает его в логистического провайдера, институционализирующего развитие виртуального рынка труда в России. Потенциально он способен обеспечивать институциональные условия для заключения сделок на виртуальном рынке труда так же, как электронные торговые площадки (*Amazon, eBay, Alibaba* и др.) обеспечивают условия для заключения сделок на потребительском рынке. Тогда как некоммерческий характер портала позволяет предоставлять пользователям на рынке труда именно те услуги, в которых они действительно нуждаются⁶.

Заключение

Институциональные процессы, наблюдаемые сегодня на рынке труда, лишний раз подтверждают экзогенную природу происходящих институциональных явлений. Рыночный спрос и ресурсы пользователей служат первопричиной спонтанного появления и бурного развития профессиональных сетей.

⁶ Аналогичным образом ФГУП «Почта России» обеспечивает российским пользователям условия для трансграничных электронных сделок на рынке потребительских товаров.

Рынок корректирует предложение посреднических услуг через изменение потребительского спроса. Эффективное институциональное регулирование позволило государству стимулировать конкуренцию и направить институциональное развитие рынка в нужное русло.

На первом этапе коммерческие профессиональные сети обладали значительным преимуществом перед государственной инфраструктурой занятости населения. При этом большинство из них не стало принимать на себя ответственность перед пользователями и сделало ставку на монетизацию за счет рекламы. Здесь их интересы вошли в объективное противоречие с интересами пользователей, рассчитывающими на заключение сделок и с интересами государства, преследующего, прежде всего социальные цели на рынке труда. В условиях отсутствия альтернатив это противоречие могло носить латентный характер, если бы в ситуацию не вмешался институциональный регулятор. [3]

Это вмешательство обусловлено неспособностью коммерческих посредников реализовать функцию формирования общедоступной и эффективной для всех инфраструктуры рынка труда. Целью регулирующего вмешательства стало создание единой информационной системы для всех пользователей, независимо от их платежеспособности, востребованности и других параметров. Институциональное регулирование не нарушило конкурентную среду, а, наоборот, сняло накопившиеся противоречия и дисбалансы на рынке труда.

Трудно усомниться в том, что новые государственные услуги будут востребованы как работодателями, так и соискателями вакансий, поскольку коммерческие сети не в состоянии предложить пока достойной альтернативы. В ближайшее время станет ясно, какое влияние окажет это на состояние виртуального рынка труда в России. С другой стороны, важно понять, удастся ли регулятору скорректировать на качественно новом уровне организации инфраструктуру рынка, обеспечив равные возможности для всех его участников. Продолжение исследований в указанном направлении откроет дополнительные возможности для

изучения институциональных процессов, связанных с виртуализацией отечественного рынка труда.

Опубликовано: *Калужский М. А. Особенности трансформации рынка труда в России / Организационно-управленческие аспекты экономического развития предприятий и регионов: Мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (24–25 мая 2018 г.) / Под ред. В. А. Цыганкова. – Омск: ОмГТУ, 2018. – С. 51–62.*

Часть 2. Рынок труда в сетевой экономике

Распространение облачных технологий вызвало глубокие структурные изменения на рынке труда. В результате началась институциональная трансформация рыночных отношений, которая продолжается до сих пор. Традиционный рынок труда постепенно уступает место сетевому рынку труда, основанному на горизонтальной интеграции, децентрализации и делегировании полномочий. Это порождает новые формы и виды трудовых отношений, меняет тенденции и закономерности их развития.

Движущей силой институциональных изменений становится сокращение издержек и распространения новых методов организации труда. Вместо двух основных участников трудовых контрактов – работодателя и работника, на сетевом рынке труда действуют три участника – заказчик, исполнитель и посредник. Особое значение в этих условиях приобретают методологические вопросы формирования маркетинговой концепции сетевого рынка труда, основанной на анализе институционального поведения его участников.

Традиционно рынок труда рассматривался в качестве сферы формирования спроса и предложения на рабочую силу. В маркетинге такая трактовка встречает возражения ввиду того, что термин «рабочая сила» абстрактен и не может быть отнесен ни к материальным товарам, ни к услугам, ни к работам. Не менее расплывчаты трактовки определения «рынок труда». Как ни странно это может прозвучать, но единой, общепризнанной трактовки понятия «рынок труда» на микроэкономическом уровне не существует. Определений рынка труда чрезвычайно много, но ни одно из них не стало доминирующим. [16, с. 46–47] С позиций маркетинга подавляющее большинство таких определений достаточно уязвимо методологически, поскольку не учитывает рыночную основу трудовых отношений. Ключевое правило маркетинга гласит, что **товаром является все, что может быть предложено рынку для возмездного удовлетворения определенных желаний и потребностей**. [50, с. 363]

Упрощенно, **рынок труда – это место, где совершаются сделки между покупателями и продавцами труда**. [12, с. 537] Экономическое значение имеет лишь эффект, получаемый участниками сделок и побуждающий их к вступлению в трудовые отношения. Этот эффект представляет собой *экономическое основание рынка труда*. Тогда как *экономическое содержание рынка труда* определяют возмездные трудовые отношения в конкурентной среде.

Не случайно существует близкое *«рынку труда»* понятие, по поводу которого практически нет методологических разногласий. Это понятие – *«трудоустройство»*, определяемое в западной экономической теории как взаимоотношения *«между работодателем и работником на рабочем месте»*. [12, с. 213] Аналогичным образом оно определяется и действующим законодательством РФ, как *«отношения, основанные на соглашении между работником и работодателем о личном выполнении работником за плату трудовой функции»* (Ст. 15 Трудового Кодекса РФ) [5].

Различие этих базовых двух понятий состоит в экономическом основании описываемых ими явлений. Интерпретации понятия *«рынок труда»* включают в его определение рабочую силу, трудовые ресурсы и прочие мало относящиеся к повседневной практике рыночных отношений термины. Такой подход неоправданно расширяет объем этого понятия. В логике существует т. н. *«закон обратного отношения»*, который гласит: *чем шире объем понятия, тем уже и беднее его содержание*. Для того, чтобы успешно оперировать понятием *«рынок труда»*, придется максимально сузить его объем и конкретизировать содержание. Имеет смысл ввести важное методологическое допущение: ***предметом сделок на рынке труда выступает не труд, а его результат***. Именно результат определяет ценность и цену труда. Вне результата любой труд становится бессмысленным и бесполезным.

Сегодня на всех типах рынков происходят изменения, связанные со спонтанным появлением и распространением сетевых технологий. Рынок труда не является исключением. Новые формы сетевой организации труда, нестандартной занятости и трудовых контрактов требуют коренного пересмотра не только

институциональных основ регулирования рынка труда, но и методологических оснований теории трудовых отношений. То, что было естественно для традиционного рынка труда, стремительно утрачивает актуальность на сетевом рынке труда.

В исследовании приведены возможные методологические основания для создания обновленной теории сетевого рынка труда. Структура исследования включает институциональный анализ трех важнейших сторон трудовых отношений на рынке труда – покупателей (спрос), продавцов (предложение) и посредников (инфраструктура). В качестве результата их взаимодействия на рынке труда анализируется такое явление, как сетевая занятость. В завершающей части исследования дана оценка государственной политики институционального регулирования сетевого рынка труда, определены тенденции и закономерности его институционального развития.

1. Сетевой рынок труда

Рынок труда в сетевой экономике (иначе – *сетевой рынок труда*) представляет собой принципиально новый уровень институционального развития рынка труда, переход к которому обеспечивают *облачные технологии и сетевые коммуникации*. [42, с. 199] Он состоит из трех составляющих: традиционного рынка труда, виртуального рынка труда и сетевой инфраструктуры рынка. (См. Рис. 1). Цели и потребности участников рынка, определяющие содержание трудовых отношений остаются прежними. Изменения связаны с фрагментацией управленческих функций и институциональным переходом от вертикальной к горизонтальной системе управления. [68, с. 16–20]

Причины, вызвавшие формирование сетевого рынка труда, связаны с прорывом в области коммуникационных технологий, обеспечившим рост объема обрабатываемой информации и позволившим резко снизить сопутствующие издержки участников рынка. Сокращение издержек – фактор, связывающий во едино участников сетевого рынка труда и обеспечивающий их экономическую заинтересованность.



Рис. 1. Модель сетевого рынка труда

Работодатели на сетевом рынке труда выступают в роли покупателей результатов труда. У них есть три основных стратегии поведения: найм персонал (формальная занятость), привлечение специализированных посредников (аутсорсинг персонала) или заказ готового результата (контрактное производство). Отличие каждой стратегии состоит в степени делегирования управленческих функций внешним посредникам и исполнителям. То же самое можно делать и на традиционном рынке труда, но только сетевой рынок позволяет значительно ускорить трудооборот (по аналогии с товарооборотом) за счет использования облачных технологий.

В качестве продавцов на сетевом рынке результаты труда предлагают не только соискатели рабочих мест, но и посредники, предоставляющие персонал в аренду (например, кадровые агентства) и производственные услуги (например, контрактные производители). Их различие заключается в степени делегирования заказчиком управленческих полномочий и в степени

институциональной самостоятельности при организации процесса труда. Это позволяет получить экономический эффект за счет сокращения простоев и повышения интенсивности труда.

На традиционном рынке полномочия по управлению трудовой деятельностью, как правило, не делегируются, и все функции выполняет работодатель. Он самостоятельно выполняет функции, связанные с подбором персонала и организацией его трудовой деятельности. Развитие облачных технологий привело к появлению узкоспециализированных посредников, способных выполнять эти функции гораздо быстрее, дешевле и эффективнее. Однако революционность прорыва состоит не в появлении новых посредников, хотя это тоже важно. Гораздо важнее то, что развитие информационных технологий привело к опережающему сокращению рыночных издержек на реализацию функций труда по сравнению с внутрифирменными издержками.

Важнейшим условием существования фирмы всегда являлась сравнительно более низкая стоимость внутрифирменных транзакций по сравнению с рыночными транзакциями. [51, с. 12] На сетевом рынке труда, как и в сетевой экономике, все изменилось с точностью «до наоборот» – делегирование функций, полномочий и ответственности обеспечило дополнительный экономический эффект за счет специализации и функциональной концентрации посредников. Начался институциональный переход от вертикальной системы к сетевой (горизонтальной) управления персоналом, содержащей множество самостоятельных центров полномочий. [83, с. 19] Этот переход еще не завершен, но вектор институциональных изменений связан с трансформацией трех основных сегментов рынка труда: традиционного рынка труда, виртуального рынка труда и сопутствующей рыночной инфраструктуры.

1.1. Традиционный рынок труда

Традиционный рынок труда состоит из четырех категорий участников: работодателей, соискателей (работников), традиционных посредников (рекламных изданий, рекрутеров и пр.) и государства в качестве институционального регулятора. Все они

в той или иной мере используют виртуальный инструментарий и облачные технологии. В сетевой экономике традиционный рынок труда продолжает существовать, но его доля неуклонно снижается. Довольно сложно представить компанию, абсолютно не пользующуюся сетевыми коммуникациями в процессе подбора и организации труда персонала. Такая компания обладала бы сравнительно большими издержками не только в денежном выражении, но и временными, а также трудовыми.

Парадокс заключается в том, что переход к сетевым методам организации труда неизбежно подразумевает отказ работодателя от традиционной системы управления персоналом. Это может начинаться с аренды персонала или перехода на облачный бухгалтерский сервис (*1С, Контур-Бухгалтерия, Небо* и т. д.), но закончится отказом от выполнения отдельных функций в пользу специализированных посредников и их персонала (либо технологий). Концептуально его можно представить в виде модели трехсторонней логистики (*TPL* – от англ. *Third-Party Logistic*), адаптированной к рынку труда: [101, с. 425]

Автономная логистика (TPL-1) – работодатель самостоятельно решает вопросы привлечения и организации труда персонала, принимая на себя всю полноту сопутствующих издержек.

Традиционная логистика (TPL-2) – работодатель самостоятельно решает вопросы привлечения и организации труда персонала с участием традиционных посредников (службы занятости, специализированных СМИ, рекрутинговых агентств). Это позволяет расширить возможности привлечения персонала, но на оптимизацию труда не влияет.

Комплексная логистика (TPL-3) – работодатель привлекает заемный персонал (лизинг персонала), сокращая производственные затраты и повышая интенсивность труда работников. При этом он оплачивает только реально отработанное время и не вступает в прямые трудовые отношения с заемным персоналом. [30, с. 117–118]

Интегрированная логистика (TPL-4) – работодатель на курсной основе передает функцию организации труда аутсорсинговой компании, самостоятельно обеспечивающей ее выполнение силами собственного персонала. Посредники

выполняют работы, но не принимают на себя ответственность за постановку задач.

Сетевая логистика (GPL-5) – работодатель отказывается от содержания персонала, привлекая провайдера логистических услуг и оплачивая только результаты труда, но не участвуя в его организации. Провайдер использует собственный персонал и свою производственную базу, выполняя работы по фиксированным расценкам.

В различных отраслях процессы трансформации рынка труда идут с различной скоростью. Доля традиционных участников на рынке труда неуклонно сокращается, но все еще остается значительной. По данным Центра трудовых исследований (Центри) и Лаборатории исследований рынка труда (ЛИРТ) НИУ ВШЭ в России они обеспечивают около 70–80% занятости. [72, с. 71] Однако общий тренд неизменен: фрагментация функций труда ведет к образованию множества специализированных провайдеров логистических услуг, образующих в своей совокупности партнерские сети. [50, с. 463] В этих сетях происходит концентрация труда логистических посредников на реализации отдельных функций, когда каждый исполнитель становится самостоятельным центром функциональной ответственности и концентрации труда.

1.2. Виртуальный рынок труда

Виртуальный рынок труда представляет собой отдельный сегмент сетевого рынка труда. Его структура также состоит из четырех категорий участников: работодателей, соискателей (работников), всех видов посредников (рекламных изданий, рекрутеров и пр.) и государства в качестве институционального регулятора. Определение *«виртуальный рынок труда»* можно сформулировать как *виртуальное пространство и инструментарий, обеспечивающий заключение и реализацию сделок между покупателями и продавцами труда.*

Однако соотношение в структуре виртуального рынка каждой из этих категорий существенно отличается от структуры других рынков ввиду разной степени их виртуализации. Причина в том, что виртуализация разных категорий участников

рынка труда происходила с разной скоростью по двум направлениям: виртуализация традиционного рынка труда и формирование виртуального рынка труда.

У **традиционных участников рынка труда** существует предел виртуализации, за которым они утрачивают свои идентификационные признаки:

1) *работодатели* – место базирования, постоянный персонал, вертикальную интеграцию, единую систему управления и пр.;

2) *работники* – постоянную занятость, социальные гарантии и обязательства перед государством;

3) *посредники* – клиентскую базу, методы работы и кадровый потенциал;

4) *государство* ничего не утрачивает, но объективно не поспевает за развитием виртуальных институций на рынке труда.

С другой стороны, традиционные участники рынка труда вынуждены осваивать виртуальные инструменты привлечения персонала и организации труда, чтобы не утратить конкурентоспособность. Именно они обеспечивают сегодня около 75–80% продаж для сетевых логистических посредников (обслуживающих сервисов, торговых площадок и пр.).

У **виртуальных участников рынка труда** нет предела виртуализации, но их ограничения связаны с новизной деятельности и отсутствием опыта. Их институциональное развитие определяется институциональным потенциалом открывающихся перед ними коммуникативных возможностей. Чем больше возможностей в виде сокращения издержек (времени, денег или трудозатрат), тем шире спектр их форм, видов и глубже институциональные отличия в их деятельности.

Состав виртуальных участников рынка труда поддается той же классификации, что и на традиционном рынке труда:

1) *работодатели* – виртуальные компании и индивидуальные заказчики, зачастую не имеющие постоянного места базирования;

2) *работники* – фрилансеры и пользователи виртуальных агрегаторов (например, Яндекс-такси);

3) *посредники* – провайдеры всех видов логистических услуг в виртуальной среде (от бирж фриланса до удаленной занятости);

4) *государство* – как институциональный регулятор, но роль его пока незначительна.

Основная особенность виртуального рынка труда заключается в институциональном переходе от купли-продажи труда (рабочего времени) к купле-продаже его результатов (оказанию услуг или выполнению работ). На место постоянной занятости здесь приходит проектная занятость или разовые сделки. [97, с. 133] На место постоянного персонала – фрилансеры или заемный персонал. Место традиционной занятости замещают различные виды неформальной занятости. [90, с. 129]

Если говорить об экономических причинах виртуализации рынка труда, то главная из них связана со снижением затрат на сбор, обработку и передачу информации. [56, с. 211] Экономия на затратах привела к повышению конкурентоспособности пользователей виртуальных технологий. Революция в сфере интернет-коммуникаций обеспечила виртуализацию рынка труда, сформировав принципиально новую институциональную среду, основанную на сетевых формах экономических отношений. [68, с. 119] Отличительными признаками этой среды стали: оптимизация труда, ускорение коммуникаций, автоматизация управления, облачная интеграция, экстерриториальность – все, чего так не хватает на традиционном рынке труда.

1.3. Инфраструктура сетевого рынка труда

Инфраструктура сетевого рынка труда связывает воедино традиционный и виртуальный рынки труда, обеспечивая их взаимодействие и сетевые коммуникации. Ведущую роль в ней играют сетевые посредники, действующие на всех сегментах сетевого рынка труда:

1) на *традиционном рынке труда* – рекрутинговые и кадровые агентства, государственные службы занятости, а также средства массовой информации;

2) на *виртуальном рынке труда* – социальные профессиональные сети, электронные базы вакансий, электронные доски объявлений, биржи фриланса, торговые площадки, различные сервис-агрегаторы (*Uber, Транзилла, БКС-брокер* и др.).

Государство также является одной из составляющих инфраструктуры сетевого рынка труда. Федеральной службой по труду и занятости РФ с 03.07.2015 г. запущена информационно-аналитическая система Общероссийская база вакансий «*Работа в России*», а 15.03.2018 г. – социальную сеть деловых контактов *SkillsNet*. Оба этих ресурса абсолютно бесплатны для всех пользователей, а их база данных интегрирована с базами данным региональных служб занятости. Это, пожалуй, единственный случай, когда институциональный регулятор выступил в качестве непосредственного участника сетевого рынка труда не только на традиционном, но и на виртуальном уровне.

Всех сетевых посредников объединяет тенденция к переходу от чистого посредничества к провайдингу. Под чистым посредничеством подразумевается оказание услуг на договорной основе (например, аутсорсинг персонала), а под провайдингом – оказание стандартизированных услуг по фиксированным тарифам на основании публичной оферты. Итогом институционального развития провайдинга является ситуация, когда заказчик выбирает стандартные параметры заказа на сайте провайдера и получает готовый результат. Все остальные заботы принимает на себя исполнитель, действующий по принципу «черного ящика» (иначе – «одного окна»).

В настоящее время инфраструктура сетевого рынка труда находится в процессе перехода от стадии интенсивного формообразования к стадии унификации и институционализации. Или, иначе, от стадии роста к стадии зрелости (если использовать модель «жизненного цикла»). Завершенных форм здесь пока очень немного, а методологического обоснования происходящих процессов вообще нет. Однако те формы сетевого провайдинга, которые достигли логического завершения, демонстрируют поразительную эффективность и конкурентоспособность.

В качестве примера можно привести логистический сервис компании *Uber* (США), создавшей в 2009 г. мобильное приложение для организации частных пассажирских перевозок. С помощью этого приложения пассажир заказывает такси и отслеживает его прибытие. Комиссия сервиса составляет около

20% от стоимости поездки. Спрос со стороны самозанятых водителей и пассажиров оказался столь велик, что к июлю 2018 г. *Uber* охватывал уже около 600 городов в 65 странах мира и 75 млн пользователей (3 млн водителей). С помощью этого сервиса в настоящее время совершается ежедневно 15 млн поездок (4 млрд поездок в год), а его капитализация достигла к 01.01.2018 г. 68 млрд долларов⁷.

2. Спрос на сетевом рынке труда

Спрос на сетевом рынке труда обеспечивают потребители результатов труда. В этом заключается основное отличие сетевого рынка труда: не работодатели, а потребители результатов труда формируют спрос на труд, среди которых могут быть и работодатели. Сетевые взаимоотношения диктуют свои институциональные особенности, связанные с использованием облачных технологий и делегированием полномочий. В качестве покупателей труда могут выступать не только институционализированные субъекты рынка, но и любые другие его участники, вплоть до обычных физических лиц.

Сетевая инфраструктура предоставляет для этого все возможности. К примеру, каждый пользователь может заказать услугу или работу на бирже фриланса, и фрилансер начнет выполнять заказ без посреднического участия работодателя на основе прямого контракта. Классический работодатель в этой сделке становится анахронизмом, а его прибыль перераспределяется между ее участниками с учетом фиксированной комиссии посредника. [26, с. 154] В этом состоит главная особенность сетевого рынка труда – потребителю (заказчику) результатов труда далеко не всегда нужен посредник в лице работодателя исполнителя, если между потребителем и исполнителем возможна прямая сделка. Если в выигрыше окажутся оба, то необходимость в работодателе пропадет и он уйдет в небытие, как ушли туда таксопарки с появлением виртуальных диспетчерских сервисов.

⁷ О компании / Uber. URL: <https://www.uber.com/ru/newsroom/> о_компании/ (дата обращения 20.07.2018).

На сетевом рынке спрос на труд уже не олицетворяет привычного работодателя, извлекающий прибыль из монопольного положения по отношению к работнику или потребителю. Как указывалось выше, рыночные издержки здесь зачастую ниже внутрифирменных издержек, лишая классического работодателя институциональных преимуществ. Это не значит, что фирме как форме организации труда пришел конец.

Сетевой рынок труда снимает административные барьеры и упрощает заключение сделок, стирая грань между внутренними и внешними коммуникациями. Исчезает экономическая целесообразность управления целым предприятием и появляется выбор – содержать многочисленный, но лишь частично занятый персонал или передать функции персонала логистическим провайдерам.

Но, после того, как это произойдет, различие в возможностях и потенциале между крупными и мелкими (даже частными) работодателями начинает стираться. В сети доступ к инфраструктуре имеют все и на равных условиях. На место универсальных работодателей приходят специализирующиеся на отдельных сервисных функциях, тоже интегрирующие и генерирующие потребительский спрос на рынке труда. Они образуют сети не только между собой, но и с узкими специалистами, выступающими от своего имени. Например, один технолог обувного производства может удаленно обслуживать множество производителей обуви, не вступая с ними в постоянные трудовые отношения.

С другой стороны, производитель может отказаться от собственного производства, разместив заказ на *контрактное производство* продукции у внешнего изготовителя. Это будет сделка на рынке труда, а не на товарном рынке, поскольку речь идет не о покупке партии товара, а о выполнении работ по ее изготовлению по технологии, под контролем и по поручению заказчика. Так, например, сегодня компания Foxconn производит продукцию для компаний *Apple, Sony, HP* и др. И это далеко не единственный пример.

Сетевая экономика не просто превращает трудовой цикл в объект купли-продажи на рынке труда. Персонал становится

объектом логистического управления в *кадровой логистике*, наполняя это понятие особым институциональным содержанием. Кадровая логистика выходит за пределы отдельного предприятия, определяя параметры спроса на рынке труда за пределами влияния отдельных его субъектов. Максимум, на что они способны – стать координирующим центром при отсутствии единого центра управления. [56, с. 148]

Здесь особенно важен механизм логистической координации. Логистический процесс запускает логистический провайдер, создавая платформу для совместной деятельности участников сети. Эта платформа привлекает их новыми институциональными возможностями. Принимая на себя полномочия в сети, они становятся самостоятельными центрами формирования спроса на труд. Так, например, аутсорсинговые компании принимают на себя все заботы по набору и профессиональной подготовке персонала, прежде чем предложить свои услуги потенциальному заказчику. Заказчик здесь выступает в роли координатора, обозначая свою готовность передать организацию труда на аутсорсинг и определяя условия (платформу) для возможного сотрудничества. [108, с. 4]

На виртуальном рынке труда возможна и иная ситуация, когда координатор лишь создает платформу, но не выступает заказчиком труда по отношению к ее участникам. [66, с. 21] Платформа предоставляет участникам сети возможность независимой трудовой деятельности. Они сами производят продукты своего труда и сами их реализуют. Обратная связь разработчика с участниками сети позволяет развивать и совершенствовать платформу, формируя единую сетевую среду. Примером может служить программное обеспечение на платформах с открытым кодом, инициативно создаваемое независимыми программистами (*Linux*, *PHP*, *OpenOffice*, *Android* и пр.).

В сетевой экономике *управление сетью* замещается *адаптацией в сети*. Каждый участник сети сосредотачивается на тех внутренних функциях и видах деятельности, которые обеспечивают ему стратегические преимущества и статус в сети. Остальные функции передаются другим участникам, специализирующимся на их реализации. Так формируется совокупный сетевой спрос на

результаты труда персонала. При том, что персонал не относится к одному работодателю, а порядок его использования определяется экономической целесообразностью. Исходя из нее, персонал можно сдавать в аренду, использовать для оказания аутсорсинговых услуг, привлекать фрилансеров, использовать удаленно и т. д. Именно это обстоятельство и определяет в конечном итоге особенности спроса на сетевом рынке труда.

3. Предложение на сетевом рынке труда

Предложение на сетевом рынке труда обеспечивают сами работники, их представители (аутсорсинговые компании), а также кадровые посредники (кадровые агентства). С другой стороны, предложение труда – это ответная реакция на привлекающую соискателя возможность труда с определенными параметрами (размером вознаграждения, условиями труда и т. д.). На различных сегментах сетевого рынка труда в роли инициаторов трудовых соглашений выступают:

1) *на традиционном рынке труда* – работодатели, использующие сетевые инструменты привлечения и организации труда персонала;

2) *на виртуальном рынке труда* – заказчики и партнеры, предлагающие условия выполнения работ или проектную занятость;

3) *в инфраструктуре сетевого рынка труда* – сетевые посредники, оказывающие логистические услуги по минимизации издержек, сопутствующих заключению и реализации трудовых контрактов.

Структура предложения на сетевом рынке труда охватывает все виды индивидуальных потребностей работников, обеспечивая им полный спектр возможностей реализации трудового потенциала (См. Рис. 2). Упрощенно она выглядит следующим образом:

Уровень 1. Заемный персонал – занимается низкоквалифицированным трудом, оказывая заказчикам индивидуальные услуги. К нему относятся, прежде всего, неорганизованные работники в сфере теневой занятости, выполняющие разовые работы без соответствующего юридического оформления. Их основные потребности сводятся к поиску случайного заработка.

Уровень 2. Арендный персонал – выполняет рутинные операции, не требующие высокой квалификации исполнителей. Поскольку заработная плата такого персонала зависит от выработки, то для максимальной занятости им требуются сетевые посредники, организующие их труд и обеспечивающие непрерывность работы. Их основные потребности сводятся к обеспечению постоянной занятости.

Уровень 3. Постоянно занятые – представляют собой квалифицированный персонал, как постоянно занятый на традиционном рынке труда, так и сдаваемый в аренду на сетевом рынке. Его труд требует опыта и высокой квалификации, что вынуждает работодателей идти на оформление долгосрочных трудовых отношений. Их основные потребности сводятся к поддержанию стабильного уровня личных доходов.

Уровень 4. Фрилансеры – в наибольшей степени интегрированы в сетевую инфраструктуру виртуального рынка труда, признание участников которого обеспечивает им возможность занятости. Они самостоятельно формируют для себя трудовую среду, используя сетевые возможности, предоставляемые виртуальными посредниками. Их потребности сводятся к удержанию найденной ниши на сетевом рынке труда.

Уровень 5. Предприниматели – представляют собой движущую силу сетевого рынка труда. К ним относятся не только предприниматели как таковые, но и высший менеджмент сетевых предприятий, всех тех, кто инициирует и организует трудовой процесс. Их потребности сводятся к созданию институциональных преимуществ за счет лидерства на сетевом рынке труда.

На сетевом рынке труда предложение гораздо больше зависит от спроса, чем это было ранее. На классическом традиционном рынке спрос на труд формирует работодатель, нанимающий персонал для решения своих задач. В сетевой экономике персонал подбирается для удовлетворения спроса потребителей результатов труда и сетевых партнеров. Работодатель в этой модели вторичен. Его роль – роль посредника между работником и потребителем труда. Если он утрачивает конкурентные преимущества (незаменимость) в сети, то сеть отторгает его как лишнее звено. Значение имеет только труд, определяющий

конкурентоспособность работодателя. Все остальное переходит к внешним логистическим посредникам, на которых переориентируется предложение труда.



Рис. 2. Структура предложения на сетевом рынке труда

В сети нет незаменимых участников. Если изготовитель не может производить продукцию требуемых параметров, то заказ перенаправляется другому изготовителю. Для запуска производства не обязательно строить новый завод, достаточно использовать трудовые ресурсы и мощности уже существующих предприятий, независимо от того, где они находятся – в России, Китае или где-то еще. Поэтому в словосочетании «предложение труда», главным является не «труд», а «предложение», рыночное содержание которого определяется особенностями сетевого спроса.

Сетевой характер рынка труда предполагает снижение временных издержек на заключение трудовой сделки. Не важно, кто и в каком виде предлагает труд для продажи. Это может быть частное лицо, кадровый посредник или логистический провайдер. Гораздо важнее, чье предложение лучше удовлетворяет потребности участников сети. Победитель становится

полноправным участником сети, интегрируясь в ее технологические цепочки. [66, с. 23] Единственное условие – претендент должен предложить более привлекательные условия выполнения сетевых функций, чем если бы заказчики выполняли их самостоятельно или делегировали кому-то другому. Так сеть выступает в роли коллективного работодателя, определяющего параметры предложений труда.

4. Посредничество на сетевом рынке труда

Посредничество на сетевом рынке труда связано с оптимизацией взаимоотношений между спросом и предложением. Посредники принимают на себя те функции, которые заказчики и исполнители не могут выполнить самостоятельно с той же эффективностью. На этом рынке присутствуют различные виды посредников, относящиеся к трем составляющим сетевого рынка труда:

1. **Традиционные посредники** – посредники на традиционном рынке труда, действующие в интересах одной из сторон трудовых сделок. К числу таких посредников можно отнести, например, рекрутинговые агентства, подбирающие персонал по заказу работодателя. В сетевой среде их деятельность претерпела некоторые изменения. Если в 1990-е гг. их услуги пользовались большой популярностью, то сегодня они специализируются в основном на подборе руководителей среднего звена и узкопрофильных специалистов. Для подбора остальных категорий работников больше подходят профессиональные интернет-сети, которые обходятся заказчику гораздо дешевле⁸. В результате сфера применения рекрутеров постоянно сужается, а им самим приходится интегрироваться в виртуальные профессиональные сообщества.

Хотя на этом сегменте сетевого рынка труда остаются многочисленные узкоспециализированные посредники, которые по-прежнему чувствуют себя достаточно вольготно. Это,

⁸ Сегодня услуги рекрутера стоят около одного месячного оклада привлеченного специалиста, тогда как в электронной базе вакансий *HedHunter* поиск специалиста обойдется работодателю в пределах 3.000 руб.

например, кинопродюсеры, спортивные промоутеры (особенно в боксе и боях без правил), антрепренеры и пр. Стабильность их положения можно объяснить тем, что их институциональная среда всегда имела сетевой характер. Например, киноактеры заключают трудовые контракты на съемки в кинофильме, но о гарантиях постоянной занятости со стороны работодателя речь не идет.

Другие посредники, например, специализированные печатные СМИ, не выдерживают конкуренции с интернет-ресурсами и постепенно уходят с рынка труда. Около 80% их издержек составляли типографские расходы и оплата труда персонала. Электронные СМИ не требуют ни того, ни другого. Единственно, что удерживает такие СМИ на рынке труда – стереотипы участников рынка и недостаточное проникновение Интернета. По-видимому, институциональный цикл этой формы информационного посредничества на рынке труда подходит к своему завершению.

Деятельность государственных служб занятости также претерпевает серьезные изменения, связанные с переходом на новые информационные технологии. Сегодня их базы вакансий интегрированы в единую базу данных Роструда, предпринимающего значительные усилия по виртуализации государственной политики занятости. В перспективе усилия Роструда способны повлиять на коммерческих посредников во всех сегментах сетевого рынка труда, вынудив их снижать расценки, а также повышать доступность и качество оказываемых услуг.

В целом традиционные посредники постепенно адаптируются к новым условиям сетевого рынка труда. Их рынок неуклонно сужается, но часть из них несомненно найдет свою институциональную нишу. Институциональные ограничения для традиционных посредников связаны с их неспособностью ассоциировать себя с новой институциональной средой. Частичная интеграция позволяет решить тактические проблемы, но стратегически от них все равно требуется изменить свою сущность. С другой стороны, параллельно идет бурное становление новых институциональных форм сетевого посредничества, не обремененных прежним опытом, персоналом и традициями.

2. **Виртуальные посредники** – облачные провайдеры, оказывающие коммуникационные услуги участникам трудовых сделок. Всех их объединяет узкая специализация на облачных технологиях или категориях интернет-пользователей, позволяющая получить конкурентные преимущества в сети. Спектр приложения их усилий чрезвычайно велик, но в целом можно выделить три ключевых направления:

А. **Профессиональные сети и сообщества**, формирующие коммуникационную среду для профессионального общения пользователей. Одни из них формируют социальные сети (*LinkedIn, Video, Профессионалы.ру*), другие – профессиональные сообщества (*E-xecutive, InnoCentive*). Несмотря на позиционирование в качестве полноценных участников рынка труда, их институциональное развитие далеко от соответствия требованиям рынка. В первую очередь, это выражается в монетизации контента за счет оказания рекламных услуг, а не в форме комиссии за совершенные на рынке труда сделки.

Профессиональные сети не принимают на себя ответственность за результат общения пользователей в виде заключенных сделок. Они не оказывают арбитражных и эскроу-услуг, не предоставляют торговых инструментов и не обеспечивают систему рейтинга участников. Поэтому, несмотря на многомиллионное количество зарегистрированных участников, реальное влияние профессиональных сетей на рынок труда незначительно. Ситуация может измениться в связи с запуском государственной сети профессиональных контактов *SkillsNet*, оказывающей коммуникационные услуги бесплатно, включая арбитраж по трудовым сделкам и рейтинговую оценку участников.

Б. **Торговые посредники**, предоставляющие торговую среду и торговые инструменты для заключения сделок на рынке труда. Этот вид посредников наиболее институционально развит и адаптирован к сетевому рынку труда. На нем доминирует две категории посредников: разнообразные *сервисы фриланса* и их суррогаты, а также *сервис-агрегаторы*. Их отличительная черта состоит в том, что они не просто предоставляют посреднические услуги на бирже труда, но выступают третьей

стороной при заключении трудовых сделок, принимая на себя полную ответственность за их результат.

Сервисы фриланса (биржи, фотобанки и пр.) наиболее близки по функционалу к электронным торговым площадкам, а в чем-то даже превосходят их. Они не только предоставляют пользователям функционал для заключения трудовых сделок, но и обеспечивают пользователей множеством дополнительных инструментов. Единственный их недостаток заключается в разовом характере сделок. О постоянной занятости речь не идет. Хотя такой подход позволяет обеспечить максимальную гибкость труда и соответствие запросам заказчиков, выступая в качестве стимула для постоянного самосовершенствования фрилансеров.

Сервис-агрегаторы ориентированы на пользователей, реализующих социальные потребности (См. Рис. 2). Для них они выполняют большую часть функций работодателей, обеспечивая приток клиентов и выступая в качестве гаранта реализации трудовых сделок. Наибольшее развитие такие агрегаторы получили в области пассажирских (*Uber, Яндекс-такси* и др.) и грузоперевозок (*MobiCargo, GoCargo, Deliver* и пр.). Хотя и в других сферах деятельности (например, платформы *Quits, Multi-Vendor* и пр. – в интернет-торговле) они тоже присутствуют.

Особенность всех торговых посредников на виртуальном рынке труда состоит в том, что они, не являясь работодателями, тем не менее обеспечивают занятость своим участникам. Рабочая среда, которую они создают, заменяет рабочую среду в трудовом коллективе, выполняя для работников те же функции: общение, заработок, общественное признание и даже самореализацию. По сути, речь идет о сокращении издержек заказчиков и исполнителей за счет замены в трудовых отношениях традиционного работодателя облачным провайдером логистических услуг.

В. Информационные посредники, оказывающие участникам рынка труда информационные услуги, сопутствующие заключению трудовых сделок. Институционально они являются продолжателями дела печатных изданий, специализировавшихся на публикации объявлений о трудоустройстве. Однако, в

отличие от печатных СМИ, они обладают целым рядом преимуществ, связанных с длительностью размещения информации и ее объемом. Информационных посредников можно разделить на две основных категории: электронные доски объявлений и электронные базы данных.

Электронные базы данных (*HeadHunter, Superjob, XING* и др.) аккумулируют резюме и вакансии, предоставляя пользователям полный комплекс инструментов для работы с информацией о спросе и предложении на рынке труда. Пользователи (соискатели и работодатели) заводят на себя досье с неограниченным объемом размещаемой информации, относительно свободно распространяют его и получают доступ к аналогичным досье других пользователей. В наибольшей степени базы данных ориентированы на квалифицированных специалистов и руководителей среднего звена.

Электронные доски объявлений (*Indeed, Worki* и др.) представляют собой виртуальный аналог газеты бесплатных объявлений. Их основная аудитория – работники и работодатели низкоквалифицированного труда (сантехники, грузчики и т. п.). Входной барьер на этом сегменте рынка труда крайне низок, поэтому численность электронных досок объявлений исчисляется тысячами (в т. ч. на основе *парсинга* информации). Тем не менее, это сегодня наиболее доступная альтернатива для наименее вовлеченных в виртуальный рынок труда пользователей.

Информационные посредники не участвуют в трудовых сделках и не принимают на себя ответственность за их результат. Их роль на виртуальном рынке труда состоит в информационном сопровождении процесса заключения сделок. По мере развития инфраструктуры сетевого рынка труда, выполняемые ими функции постепенно интегрируются в функционал других видов виртуальных посредников. Однако они еще долго будут доминировать в своем сегменте, поскольку их функционал соответствует запросам значительной части его участников.

3. Сетевые посредники – посредники, оказывающие логистические услуги участникам сделок на рынке труда (например, аутсорсинговые компании, бухгалтерские сервисы, контрактное производство). Их ключевая особенность заключается в том,

что они не претендуют на участие в прибыли заказчика, оценивая стоимость своих услуг исходя из их трудоемкости и аренды используемых мощностей. Они являются участниками рынка труда, но не выступают третьей стороной в сделках на рынке труда. Их роль – роль субподрядчика для одной из сторон сделки (как правило, работодателя).

Конкурентное преимущество сетевых посредников на рынке труда определяется концентрацией труда их персонала на отдельных функциях, не достижимой в рамках универсального предприятия. Речь идет об обслуживающих функциях, не имеющих прямого отношения к стратегическим приоритетам заказчика. Это обеспечивает прорыв в области экономии сопутствующих издержек (условно-постоянных расходов) заказчика.

Ничего экстраординарного в этом нет. Так, еще в СССР с 1920-х гг. ту же роль в сельхозпроизводстве выполняли машинно-тракторные станции (МТС), обеспечивавшие максимизацию загрузки машинно-тракторного парка. МТС, благодаря концентрации и специализации, делали машинную обработку земель одинаково доступной для всех коллективных хозяйств, одновременно добиваясь максимального экономического эффекта как для себя, так и для своих заказчиков.

В целом сетевых посредников можно разделить на три основных категории:

А. ***Посредники, предоставляющие персонал в аренду*** (кадровые агентства). Формально в России заемный труд запрещен с мая 2014 г. (Ст. 56.1 Трудового Кодекса РФ) и одновременно разрешен (Гл. 53.1 Трудового Кодекса РФ). [5] Поэтому на рынке труда вполне вольготно действуют аутстаффинговые компании («ЗаШтатом», *qWell.staffing*, *Leader Team*, «Кристанваль» и др.), оказывающие услуги по выводу персонала за штат заказчика. За рубежом заемный труд также достаточно широко представлен. Например, в странах Западной Европы им охвачено около 6–8% занятых, а прирост этого сегмента труда еще недавно достигал 20–30% в год. [44, с. 4]

Услуги таких посредников наиболее востребованы на традиционном рынке труда в качестве инструмента снижения внутренних издержек. Эти услуги скорее отражают промежуточную

стадию институциональной трансформации работодателей, поскольку не подразумевают принципиальной смены модели управления. Как правило, к ним прибегают с целью оптимизации налогообложения и фонда оплаты труда, найма иностранных граждан вне миграционного учета, привлечения временно-го персонала и т. д.

Б. Посредники, оказывающие услуги по выполнению отдельных функций являются наиболее чистой формой сетевой организации труда. Их особенность состоит в том, что они принимают на себя выполнение отдельных функций заказчика «под ключ», полностью освобождая его от необходимости организации труда в этом направлении. Спектр такого рода посредников чрезвычайно широк. К ним относятся бухгалтерские и юридические компании, рекламные агентства, логистические сервисы и т. д.

Благодаря этим посредникам рынок труда фрагментируется по функциональному принципу на основе сетевого разделения труда. В перспективе сети, образованные с их участием, способны привести к появлению на рынке труда виртуальных предприятий, основанных на делегировании полномочий и выполнении координирующих функций. [83, с. 17] Общий тренд в развитии этого вида посредничества заключается в переходе от индивидуальных договоров к логистическому провайдингу на базе стандартизированного набора услуг. Причем, в виртуальной среде этот переход практически завершен.

В. Посредники, выполняющие работы силами собственного персонала по поручению заказчика. Их основная функция на рынке труда – освободить заказчика от затрат связанных с содержанием собственного персонала, а иногда и рабочих мест для него. На рынке труда можно выделить два вида таких посредников – выполняющих работы на территории заказчика (аутсорсинговые компании) и выполняющих работы на собственной территории и своих производственных мощностях (контрактное производство). [11, с. 10]

Аутсорсинговые компании, как правило, привлекаются на долгосрочной основе для выполнения рутинных работ (уборка, транспортировка, упаковка и т. д.), не требующей высокой ква-

лификации работников. Их использование для выполнения более ответственных функций не столь целесообразно, поскольку негативно влияет на единство корпоративной среды. [103, с. 48]

Контрактное производство представляет собой высшую стадию развития аутсорсинга, при которой посредник предоставляет заказчику не только персонал, но и свои производственные мощности. [103, с. 52] Их использование позволяет сократить издержки, связанные с недозагруженностью мощностей, устареванием оборудования и вынужденными простоями персонала. [96, с. 5]

Подводя итог, следует отметить, что общей отличительной чертой всех видов посреднической деятельности на сетевом рынке труда является их роль в сокращении издержек заказчиков. В условиях экономического спада, сокращение издержек становится важнейшим фактором конкурентоспособности, компенсирующим сужающиеся рыночные возможности. Сетевые посредники появляются там, где существуют резервы роста эффективности за счет делегирования полномочий. Их появление на рынке – закономерный процесс, лишний раз подтверждающий безальтернативность перехода к сетевому разделению труда.

5. Сетевая занятость на рынке труда

Сетевой рынок труда формирует особую сетевую среду взаимоотношений между участниками рынка труда, основанную на *сетевой занятости*, которую можно определить как *трудоую деятельность в рамках сетевой организации труда*. Институциональная среда сетевого рынка труда изменяет содержание рыночных отношений и это не может не отразиться на содержании занятости.

На рынке труда происходит глубокая институциональная трансформация занятости. И связано это не только с ростом прекаризации, но и с причинами ее вызывающими. Главная из этих причин – экономическая целесообразность институционального замещения работ услугами. [106, с. 39] Сетевой рынок представляет собой, прежде всего рынок проектов, а не рынок предприятий. Фрагментация и дезинтеграция организации труда на этом рынке неизбежно ведет к фрагментации и дезинтеграции

МОТ в своих отчетах подразделяет занятость по институциональному признаку на *стандартную* и *нестандартную (NSE)*. При этом под «стандартной» занятостью понимается работа по долгосрочному контракту на полный рабочий день. Тогда как к «нестандартной» занятости относит все остальные виды занятости. [106, с. 7] Сетевую занятость, таким образом, можно также разделить на стандартную (традиционную) и нестандартную со всем многообразием ее видов и форм.

В рамках данной статьи представляется методологически неверным противопоставлять стандартную занятость другим формам занятости, поскольку всех их объединяет единое предназначение и альтернативный характер. Для работодателя (заказчика) не столь важна форма занятости, представляющая собой инструмент сетевой организации труда. Гораздо важнее результат занятости, который и является основополагающим критерием в пользу выбора той или иной формы. На практике каждая из форм сетевой занятости имеет свои преимущества и недостатки (институциональный потенциал), сферу и пределы применения.

Традиционная занятость – удел высококвалифицированных специалистов, чья постоянная занятость, корпоративная ответственность и лояльность является критически важной для работодателя. Доля традиционной занятости неуклонно снижается, а сама она постепенно утрачивает привлекательность в сравнении с другими видами сетевой занятости. Тем не менее, пока это доминирующая форма на сетевом рынке труда.

Самозанятость (фриланс) – удел творческих и высококвалифицированных кадров, не имеющих постоянной занятости (дизайнеры, технологи, переводчики и пр.). Введение таких специалистов в штат нецелесообразно ввиду отсутствия постоянной работы для них. На сетевом рынке они представляют собой самую высокоорганизованную категорию работников, интегрированную в виртуальную инфраструктуру организации труда.

Удаленная занятость – результат развития сетевых коммуникаций, позволяющих офисным работникам выполнять работу на дому. Удаленная занятость обеспечивает не только экономию

занятости. [66, с. 22] Институционально рынок труда мало отличается от товарного рынка – спрос точно также определяет предложение. На сетевом рынке труда особенности предложения труда определяет сетевой спрос, который столь же фрагментирован и дезинтегрирован, как и субъекты его формирующие.

Новые формы занятости спонтанно возникают на сетевом рынке труда как ответ на запросы работодателей (заказчиков). Если, например, заказчику периодически требуются упаковщики на 2–3 часа в сутки, то он предпочтет нанять временный персонал, а не штатных сотрудников. [106, с. 158] Если на рынке существует несколько таких заказчиков, то непременно появится кто-то, аккумулирующий временный персонал и предоставляющий его в аренду на договорной основе. Предложение временного персонала, в свою очередь, повышает гибкость организации труда и стимулирует дальнейшее распространение сетевой занятости (См. рис. 3).



Рис. 3. Цикл трудооборота в сетевой занятости

офисных расходов, но и экономию времени работников, возможность удаленного использования персонала, а также гибкий график выполнения работ. Также такая форма занятости значительно снижает организационные расходы работодателей, сочетая преимущества фриланса и традиционной занятости.

Телеработа – результат институционального развития удаленной занятости, при котором работник заключает трудовой контракт, получает задание и отчитывается за результат через коммуникационные сети. От фриланса телеработа отличается отсутствием в трудовых отношениях третьей стороны (биржи фриланса, логистического сервиса и т. д.), что является серьезным ограничителем для ее институционального развития.

Заемный труд – удел низкоквалифицированного персонала, выполняющего рутинную работу в рамках обслуживающих функций на сдельной основе (упаковщики, уборщики, грузчики и т. п.). Заемные работники нуждаются в сетевых посредниках, поскольку не обладают субъектностью при заключении трудовых сделок. На сетевом рынке труда присутствует широкий спектр форм заемного труда – от аренды персонала (аутстаффинга) до лизинга персонала (аутсорсинга) и контрактного производства.

Проектная занятость – самозанятость в рамках совместно реализуемого проекта. Главная особенность проектной занятости состоит в ее срочности. Коллектив формируется на период реализации проекта, после чего самораспускается. Проектная занятость используется там, где отношения найма полностью или частично замещаются кооперацией (в предпринимательстве, кинопроизводстве, на сезонных работах и т. д.).

Сетевое предпринимательство – форма самозанятости, подразумевающая ведение предпринимательской деятельности в сетевой среде. Основная ее особенность состоит в использовании институциональных возможностей рыночных сетей для извлечения предпринимательского дохода. Каждая сеть концентрирует не только предложение, но и рыночный спрос, участие в удовлетворении которого открывает дополнительные возможности самозанятости для сетевых предпринимателей.

Приведенный перечень не является исчерпывающим. Образование новых форм занятости является реакцией на институциональные возможности, открывающиеся вследствие развития коммуникационных технологий. Поскольку развитие коммуникационных технологий продолжается, то и продолжается формообразование в сетевой занятости. Однако, при всех различиях, существует единое основание, объединяющее новые формы занятости. Это наличие потенциала сокращения издержек, выступающее первоисточником всех институциональных изменений на сетевом рынке труда, которое делает их в конечном итоге необратимыми.

6. Институциональное регулирование сетевого рынка труда

Институциональное регулирование сетевого рынка труда, как правило, носит рефлекторный и запаздывающий характер. В качестве примера можно привести запрет заемного труда введенный с 1 января 2016 года. До введения запрета на рынке труда доминировали кадровые агентства-прокладки, предоставляющие заемных работников, но не принимающие на себя ответственность за результаты их труда. Ст. 56.1 и конкретизированной Главой 53.1 Трудового кодекса РФ регламентировали их работу, заставив переквалифицироваться в аутсорсинговые компании и принять на себя ответственность за результаты труда предоставляемого персонала. [5]

Это привело к подорожанию услуг на 10–15% за счет повышения уровня организации квалификации управленческого персонала аутсорсинговых компаний. Рынок разделился на две части – добросовестные аутсорсинговые компании, зарегистрированные в реестре Роструда и «серые» компании, сменившие форму без смены содержания. В результате часть инфраструктуры рынка труда (наиболее крупные и успешные компании) была выдавлена регулятором с уровня логистики TPL-3 к уровню TPL-4.

Институциональное стимулирование рынка привело к его реструктуризации. Однако, например, в производственной сфере аутсорсинг давно не является наиболее оптимальной

моделью организации труда. Контрактное производство более эффективно за счет отказа товаропроизводителей от издержек, связанных с содержанием, обновлением и загрузкой производственных мощностей. При том, что в России регулятор пока не обратил внимание на стимулирование развития этой формы сетевой организации труда. В результате миграция производственной деятельности в страны Юго-Восточной Азии (прежде всего – в Китай) приобретает глобальные масштабы.

Несмотря на то, что отечественное контрактное производство распространено в химической промышленности, машиностроении, производстве электроники и некоторых других отраслях. Но на самом массовом рынке потребительских товаров оно развито очень слабо. Это связано с тем, что до сих пор регулятором не создана нормативно-правовая база, закрепляющая права, обязанности и взаимную ответственность участников производственных контрактов. И это несовершенство лежит в основе сокращения рынка труда и сдерживания предпринимательской активности.

Проблема институционального регулирования рынка труда заключается в непонимании природы, движущих сил и закономерностей его институционального развития. Вместе с тем, на рынке труда уже произошли глубокие изменения как минимум в трех взаимодополняющих направлениях:

1. **Экономические изменения** – связанные с распространением облачных компьютерных технологий, обеспечивающих повышенную экономическую эффективность сетевых форм организации труда.

2. **Социальные изменения** – связанные с появлением постоянно растущего слоя работников и работодателей, осознанно вступающих в трудовые отношения в рамках сетевой организации труда.

3. **Институциональные изменения** – связанные с формированием и распространением видов, форм и методов сетевой организации, обеспечивающих принципиально новые конкурентные преимущества на рынке труда.

Все эти изменения уже произошли, и игнорирование их существования лишь усугубляет отставание в институциональном

переходе к сетевой экономике. Нельзя сказать, что за рубежом институциональное регулирование сетевого рынка труда значительно ушло вперед. В зарубежной практике также отсутствуют единые подходы к его регулированию. Так, например, в материалах МОТ отмечается тенденция к нарушению прав работников при сетевой организации труда, которые *«почти всегда классифицируются как независимые подрядчики»* при том, что риски, связанные с работой, несет работник, а не его наниматель. [106, с. 39, 18]

С позиций институционального регулирования рынка труда вопрос заключается в том, может ли служить передача ответственности и полномочий исполнителю основанием для вывода о его дискриминации. В условиях рыночной конкуренции исполнители (неважно – работники или посредники) повышают привлекательность своих предложений за счет принятия на себя большей ответственности перед заказчиком.

При этом действительно иногда сокращаются социальные гарантии работников и размеры выплат в социальные фонды. Физические лица переходят из статуса наемных работников в статус индивидуальных предпринимателей. Одновременно с повышением их ответственности повышается их квалификация, поскольку кроме трудовой функции им приходится принимать на себя функцию организации труда. В результате меняется структура рынка труда, повышается конкурентоспособность его участников и эффективность организации труда.

Одними лишь ограничительными мерами проблему институционального регулирования сетевого рынка труда не решить. Требуется глубокая институциональная реформа, которая приведет к коррекции нормативно-правовой базы трудовых отношений с учетом реалий сетевого рынка труда. В конце концов рыночная экономика, в отличие от директивной, предполагает примат рынка над государственным регулированием. Если институциональные нормы не соответствуют экономическим отношениям, то это не проблема отношений, а проблема институционального регулирования, которую нужно безусловно решать.

Заключение

Виртуальная среда сетевой экономики делает рынок труда полноценным рынком со всеми присущими ему атрибутами. Еще не так давно рынок труда отличался крайней скудостью маркетинговых инструментов и высокой долей государственного участия. Однако облачные, компьютерные и интернет-технологии за несколько лет изменили рынок труда до неузнаваемости, и сегодня он уже ничем не уступает в институциональном плане любым другим рынкам.

Трансформировались не только маркетинговые инструменты и инфраструктура рынка труда. Трансформировался сам рынок труда, став сетевым, т. е. основанным на горизонтальной интеграции, децентрализации и взаимном делегировании полномочий. Эта трансформация основана на конкурентном преимуществе новых форм рыночных отношений в издержках – одном из важнейших видов конкурентных преимуществ. [68, с. 105] Сетевой рынок труда возник за несколько десятилетий, став доступной альтернативой в стагнирующей кризисной экономике как для работодателей, так и для работников.

Сокращение издержек стало локомотивом институциональных изменений и формообразования на рынке труда, породив множество форм и видов сетевой организации труда и рыночных сделок с ним. Процесс до сих пор не завершен, но можно выделить его основные закономерности и тенденции, связанные с институционализацией инфраструктуры и развитием логистического провайдинга на рынке труда. Все это открывает новые горизонты для продолжения исследований в указанном направлении.

Опубликовано: *Калужский М. А. Рынок труда в сетевой экономике: маркетинговый подход // Практический маркетинг. – 2018. – № 9. – С. 3–17.*

Часть 3. Профессиональные сети на рынке труда

Профессиональные интернет-сети прочно укоренились на российском рынке труда. Нельзя сказать, что они доминируют в области виртуального рекрутинга, но и игнорировать их социально-экономическое значение уже невозможно. Профессиональные интернет-сети представлены сегодня целым спектром виртуальных ресурсов: от классических социальных сетей по интересам до бирж фриланса. Все они объективно востребованы участниками рынка хотя бы потому, что они существенно экономят все виды ресурсов: временных, человеческих, информационных и даже финансовых. Благодаря им образуется единая информационная среда, выходящая далеко за пределы отдельных компаний или территорий. Данное обстоятельство превращает профессиональные интернет-сети в уникальный инструмент рыночных отношений на виртуальном рынке труда.

Общепринятые стандарты на этом рынке не сформированы, поэтому идентичных сетей не существует: все они различаются как по функционалу, так по целевой аудитории и методам монетизации контента. Это лишний раз доказывает, что оптимальная модель профессиональных интернет-сетей пока не найдена, а процесс их институционального развития далек от завершения.

Не случайно роль и значение профессиональных интернет-сетей на рынке труда очень слабо отражены в специальной литературе. Работ по этому направлению практически нет. Отчасти это связано с тем, что научная литература основана на обобщении и анализе экономической практики, а она, в свою очередь, находится в стадии формирования. До сих пор не выделены экономические предпосылки, движущие силы и механизмы формирования профессиональных сообществ в виртуальной среде. Не определены закономерности и индикаторы их развития. Нет четкой классификации профессиональных интернет-сетей, основанной на экономических интересах и потребностях их участников.

Практика показывает, что на виртуальном рынке труда профессиональные сети выполняют роль не столько маркетингового инструмента, сколько институциональной среды, обеспечивающей совершение сделок купли-продажи трудовых ресурсов.

Помимо непосредственно продвижения торговых предложений, они предлагают целый спектр сопутствующих услуг и возможностей: от профессионального общения до обучения и самообразования пользователей.

Сегодня на виртуальном рынке труда представлены пять основных видов профессиональных сетей (См. Рис. 4). Их институциональный жизненный цикл находится на завершении второй стадии (роста) [35, с. 42], когда уникальность на рынке труда уже утрачена и стратегии развития направлены на углубление рыночной специализации. Каждая из таких сетей ориентирована на отдельный сегмент, отличающийся мотивацией соискателей, запросами работодателей, особенностями конкуренции и потребительского спроса.

Рынок труда, пожалуй, один из самых детерминированных рынков, где роль рационального начала весьма велика. Это связано, в первую очередь, с жизненной важностью трудоустройства как для соискателей рабочих мест, так и для работодателей. Виртуальная среда открывает новые возможности для его участников, облегчая коммуникации и предоставляя дополнительные инструменты для продвижения предложений. Однако виртуальность не всегда способствует централизации и укрупнению профессиональных сетей. Наоборот, конкуренция ведет к их дифференциации и специализации на отдельных сегментах виртуального рынка труда, обуславливаемых различиями в мотивации пользователей, что в целом соответствует классификации потребностей А. Маслоу (См. рис. 4).

Следует отметить, что пирамида потребностей А. Маслоу отражает не только иерархию потребностей, лежащую в основе мотивации соискателей работы и структуры рынка труда. Удельный вес сделок на отдельных сегментах рынка труда также соответствует приведенной выше модели. Больше всего сделок заключается на низших уровнях, хотя зачастую это и разовые контракты. Тогда как меньше всего сделок приходится на высший сегмент рынка (социальные профессиональные сети), которые даже не пытаются позиционировать себя в качестве торговых площадок для заключения сделок на рынке труда.



Рис. 4. Целевая сегментация профессиональных сетей

Мировой экономический кризис неизбежно ведет к рационализации потребительского спроса. Больше всего он бьет по профессиональным сетям высших уровней иерархии потребностей, ориентированным на топ-менеджеров и узкопрофильных специалистов редких профессий. Косвенно это подтверждается падением интереса к крупнейшим из таких сетей и их уходом с региональных рынков труда не только в России, но и в других странах (например, *Viadeo*). При этом то, что на более поздних стадиях жизненного цикла могло стать причиной падения их конкурентоспособности, пока еще компенсируется за счет вовлечения новых пользователей и отсутствия у них иных альтернатив.

Выход из назревающего институционального кризиса профессиональных сетей может быть связан с ломкой сложившихся стереотипов. Пользователи (как соискатели, так и работодатели) решают на рынке труда сугубо меркантильные проблемы трудоустройства. На первом этапе жизненного цикла они с интересом относятся к декларируемым миссиям по развитию деловых коммуникаций и профессиональных сообществ. Однако на последующих этапах пользователи осознанно стремятся получить гарантии трудоустройства.

Полный пакет таких гарантий при заключении трудовых сделок обеспечивают профессиональные сети на нижнем уровне индивидуальных потребностей, где действует простая схема «работа – оплата» (См. Табл. 1).

Табл. 1. Сравнительные особенности профессиональных интернет-сетей

Уровень потребности	Вид сети	Рынок труда	Источник дохода	Ответственность перед клиентами	Продвижение
5	СПС	первичный	коммуникации	нет	активное
4	ИПС	первичный	коммуникации	нет	активное
3	ЭБР	весь	информация	нет	активное
2	ЭДО	вторичный	информация	нет	пассивное
1	ССФ	вторичный	сделки	есть	активное

Источник: составлено автором по материалам сетевых интернет-ресурсов.

На этом уровне работодатели максимально приближены к соискателям, а сетевые посредники получают оплату в качестве процента с успешно реализованных сделок. Профессиональные сети здесь не продают пользователям информацию или рекламные места, а оказывают логистические услуги по сопровождению сделок, выступая в качестве их гаранта и предоставляя все необходимые инструменты за минимальную плату. Как представляется, именно в этом направлении развивается ключевой тренд эволюции не только профессиональных, но и любых других маркетинговых сетей в виртуальной среде. Для удержания в тренде профессиональным сетям высших уровней придется решить три ключевые задачи:

1. Переход от взимания платы за размещение рекламы к взиманию процента или фиксированной платы с заключаемых сделок.

Сложившаяся практика монетизации не ведет к заинтересованности профессиональных сетей в решении проблем клиен-

тов. Вместо этого происходит навязывание пользователям собственной системы приоритетов. Монетизация контента за счет продажи премиум-аккаунтов, рекламы и прав доступа к резюме соискателей создает иллюзию оптимальности избранной бизнес-модели. Такая стратегия работает в отношении недостаточно опытных пользователей, но даже они рано или поздно начинают сопоставлять транзакционные издержки и полученный результат.

В ситуации безальтернативности пользователи воспринимают такую политику как должное, а часть из них разочаровываются в профессиональных сетях как партнерах по решению проблем трудоустройства. Положение изменится, как только на рынке появится альтернатива – полноценный логистический посредник, обеспечивающий возможность быстрого и безопасного заключения сделок на рынке труда. В конце концов, мотивация пользователей столь же соответствует процентному соотношению в пирамиде потребностей А. Маслоу, как и доля рынка различных профессиональных сетей. Большая часть пользователей ищет достойную работу и того, кто этот поиск материализует.

В качестве примера можно взять потребительский рынок, существенно опережающий в своем развитии рынок труда. Безусловными лидерами на нем являются сетевые посредники, предоставляющие пользователям полный комплекс услуг для заключения электронных сделок (Amazon, eBay, AliExpress и др.) по фиксированным ценам. Их объемы продаж существенно выигрывают по сравнению с показателями торговых площадок, монетизирующими контент через пакетную продажу услуг или взимание платы за переходы. Не случайно, например, прирост доходов российской торговой площадки Yandex-Market (5,3%) [22, с. 54], взимающей плату за переходы, по итогам 2017 года оказался в 2,5 раза ниже показателей роста рынка электронной коммерции в России (13%)⁹.

⁹ Оборот российского рынка интернет-ритейла превысил 1 трлн руб. / АКИГ. – 05.04.2018. – Режим доступа: <http://www.akit.ru/оборот-российского-рынка-интернет-ри/>

2. *Принятие полной ответственности по заключаемым сделкам, в качестве третьей стороны (гаранта) сделки.*

Сложившаяся практика не подразумевает ответственности профессиональных сетей высших уровней перед пользователями по заключаемым сделкам. Многие из них позиционируют себя как коммуникативные площадки (Viadeo, LinkedIn, Профессионалы.ру) или профессиональные сообщества (E-xecutive). Такой подход значительно снижает их потребительскую ценность, заставляя пользователей использовать сторонние сервисы (например, эскроу) при заключении сделок.

Отказываясь от принятия ответственности, такие профессиональные сети сознательно сужают сферу своего применения. Они добровольно отказываются от роли торговых площадок при заключении трудовых контрактов и разовых сделок, уступая место и аудиторию конкурентам. С другой стороны, профессиональная деятельность далеко не тождественна всей жизнедеятельности человека, где есть место и отдыху, семье, хобби, иным интересам. Профессиональные сети просто не могут конкурировать на этом поле с универсальными социальными сетями (*Facebook*, *ВКонтакте* и др.), спектр применения и инструментарий которых гораздо шире.

В принятии на себя ответственности может скрываться конкурентное преимущество профессиональных сетей на рынке труда, куда пользователи приходят не отдыхать или общаться, а заключать сделки. Речь идет об арбитраже, рейтинге участников и других атрибутах участия в сделках в качестве третьей стороны. Аналогичные процессы происходят, например, на потребительском рынке, где крупнейшие сетевые платформы (*AliExpress*, *Amazon* и *eBay*) не ограничиваются предоставлением инструментария для заключения виртуальных сделок, но осуществляют функции арбитража, защиты пользователей (эскроу) и несут финансовую ответственность перед пользователями по заключаемым сделкам.

3. *Приоритетное развитие инструментов виртуальной занятости.*

Виртуальный рынок труда предоставляет пользователям ряд важных преимуществ по сравнению с традиционным рынком,

формируя на их основе рейтинг пользователей. Нет никаких препятствий для внедрения аналогичных инструментов в профессиональных сетях.

На виртуальном рынке труда подобных институтов, обеспечивающих и упрощающих виртуальную занятость, а также выступающих в качестве электронной площадки для заключения сделок на виртуальном рынке труда, пока не возникло. Однако сама логика развития сетевой экономики свидетельствует в пользу их скорого появления. Это будут профессиональные сети нового типа, обладающие неоспоримыми преимуществами перед действующими профессиональными сетями.

Обсуждение

Тезис 1. Профессиональные социальные сети (СПС) ориентированы на узкую прослойку топ-менеджеров и не играют существенной роли на рынке труда.

СПС ориентированы в основном на первичный рынок труда. Согласно модели М. Пайора и П. Доринджера рынок труда состоит из двух секторов: первичного и вторичного. [102] Первичный рынок характеризуется высоким уровнем заработной платы и социальной защиты работников (высший менеджмент и высококвалифицированные специалисты). Вторичный рынок (низкоквалифицированные рабочие, офисный и обслуживающий персонал, др.) не предполагает высокой зарплаты и гарантий занятости.

Они изначально делают ставку на поддержку социальных коммуникаций в профессиональной среде. Целевой аудиторией таких сетей стали активные пользователи социальных сетей *Facebook*, *MySpace*, *Instagram* и др. Этот выбор предопределил структуру и содержание их контента. Препятствием для них не стала даже «игра на чужом поле», поскольку профессиональная деятельность – такая же неотъемлемая часть жизни современного человека, как и проведение досуга. Далекое не у всех пользователей это так, но СПС ориентированы на тех из них, для которых профессиональная деятельность находится на первом месте.

открывая перед ними широчайший спектр возможностей виртуальной занятости. Мировая экономика стремительно меняется, трансформируясь под влиянием компьютерных и интернет-технологий. Например, уже окончательно ушли в прошлое таксомоторные парки, уступив рынки таким облачным сервисам, как *Яндекс-такси* и *Uber*, которые по сути сами являются работодателями на рынке транспортных услуг.

Отказываясь от участия в этом процессе, многие профессиональные сети загоняют себя на обочину глобальной трансформации институтов рынка труда. Виртуальная занятость подразумевает не только самозанятость и биржи фриланса. В условиях глобализации она представляет собой основу для создания т. н. «*виртуальных организаций*», создающихся в виртуальной среде на определенный период времени для реализации отдельных проектов. [83, с. 92]

Таким организациям не нужны офисы и постоянный персонал, поскольку они действуют в облачной среде вне территориальных и государственных границ. У них нет прежних проблем с наймом специалистов, живущих в другом регионе или стране. Интернет нивелировал расстояния, и теперь сотрудники могут находиться в разных частях земного шара, удаленно работая в одной организации и одном проекте. Технически готовые решения для облачной организации труда предоставляют специализированные сервисы (CRM-системы: *Бумфикс24*, *TeamLab*, *OnlyOffice* и др.). Однако в самой организации труда они не участвуют. На уровне хозяйствующих субъектов ниша коммуникатора и гаранта трудовых отношений пока никем не занята.

В качестве аргумента можно привести также опыт электронных торговых площадок (*eBay*, *Amazon*, *AliExpress* и др.), выступающих в роли модератора торговых отношений: вырабатывающих правила торговли и обеспечивающих их соблюдение. Такая система гораздо эффективнее традиционных контрактных отношений, поскольку нарушение правил ведет к аннулированию аккаунта пользователя. Поэтому все пользователи в равной мере соблюдают установленные правила. Торговая площадка выступает гарантом добросовестности участников сделок, обеспечивая учет сделок, а также полученных отзывов,

Первоначально новизна СПС предопределила их высокую популярность. Например, созданная в 2003 году СПС *LinkedIn*, позиционирующая себя как крупнейшая в мире сеть деловых контактов, к 2018 г. насчитывала свыше 546 млн зарегистрированных пользователей в более чем 200 странах мира¹⁰. Согласно общедоступным данным только во втором квартале 2016 г. выручка *LinkedIn* составила около 933 млн долларов, показав годовой прирост на 31%, из которых:¹¹

- сервис платных объявлений обеспечил 597 млн долларов (прирост на 35%);
- размещение рекламы обеспечило 181 млн долларов (прирост на 29%);
- продажа премиум-аккаунтов обеспечила 155 млн долларов (прирост на 21%).

При этом число зарегистрированных пользователей *LinkedIn* за описанный период возросло на 18% (до 450 млн чел.), а число уникальных посетителей выросло на 9% (до 106 млн чел.), тогда как количество просмотров страниц сервиса увеличилось на 30%.

Столь выдающиеся показатели, однако, отнюдь не свидетельствуют об оптимальности соответствия СПС запросам рынка труда. Функционал СПС позволяет создавать сообщества по интересам, делиться опытом и деловой информацией, но не заменяет специализированные ресурсы по трудоустройству (например, российский «*Работа в России*»).

Особенность СПС состоит в том, что пользователи являются не участниками или партнерами, но клиентами, приобретающими коммуникативные услуги. В этом заключается главный недостаток СПС, отталкивающий большинство зарегистрированных пользователей. Они не предлагают и не гарантируют пользователям заключение договоров по трудоустройству, подменяя их весьма спорными по эффективности инструментами

¹⁰ О компании LinkedIn / LinkedIn. – Режим доступа: [https:// about. linkedin. com/ru-ru](https://about.linkedin.com/ru-ru) (Дата обращения: 20.03.2018).

¹¹ LinkedIn получила крупнейший убыток в статусе публичной компании / DailyComm: Новости, обзоры и аналитика рынка информационных технологий. – 05.08.2016. – Режим доступа: <http://www.dailycomm.ru/m/36513>.

профессиональных коммуникаций. Также СПС не берут на себя функции обеспечения сделок на виртуальном рынке труда или арбитража по ним. СПС лишь заключают с пользователями сделки о предоставлении коммуникационных услуг (инструментов) с целью извлечения прибыли. За пределами этих сделок они никакой ответственности перед клиентами по трудовым контрактам не несут.

Складывается парадоксальная ситуация: с одной стороны СПС мягко позиционируют себя как инструмент виртуального рекрутинга, а с другой – отказываются нести какую-либо ответственность за его результат. Разочарование в реальном положении дел является основной причиной низкой эффективности СПС в качестве модераторов рынка труда. Если для рекрутинга высшего менеджмента и узкопрофильных специалистов их хоть как-то можно использовать, то для поиска рядовых сотрудников, составляющих до 90% персонала любой компании, СПС явно не подходят. Трудно представить себе, например, сообщество слесарей или кассиров на LinkedIn, в котором работодатель искал бы кандидатов на вакантную должность, а участники покупали премиум-аккаунты. СПС предоставляют пользователям скорее статусные и имиджевые возможности, монетизирующие потребность в профессиональном самовыражении.

Общий тренд в развитии глобальных СПС (*LinkedIn*, *Viadeo* и др.) свидетельствует о постепенном падении к ним интереса пользователей. Сами профессиональные сети предпочитают громко рапортовать о миллионах участников, но умалчивают о том, что речь идет о зарегистрированных пользователях, а не об активных подписчиках предлагаемых тарифных планов. Подтверждением может служить хотя бы то, что по данным исследования рекрутинговой компании *Antal Russia* и без того незначительная доля использования социальных сетей в качестве инструмента для поиска работы стабильно падает [7, с. 29]. Если в 2015 г. в России процент нашедших работу через социальные сети составлял 5%, то в 2016 г. их было 4%, а в 2017 г. – всего 3%. Какую долю в этом показатели занимают непосредственно СПС, трудно сказать, но в любом случае она крайне мала.

В качестве наглядного примера можно привести также крупнейшую европейскую СПС *Viadeo*¹². *Viadeo* пришла в Россию в конце 2011 г. и к рубежу 2014–2015 гг. набрала около 1 млн зарегистрированных пользователей, число которых к 2016 г. выросло до 1,5 млн человек. Однако, несмотря на столь впечатляющий рост, финансовые показатели *Viadeo* демонстрировали стремительное падение. Уже к началу 2016 г. капитализация компании упала с 270 млн евро (данные IPO) в 2014 г. до 27 млн евро. При этом штат российского представительства *Viadeo* составлял всего двадцать человек, из которых четверо владели 50% акций, полученные от материнской компании в качестве поощрения. [64]

В конце 2015 г., на фоне повсеместного сокращения российскими работодателями бюджетов на подбор персонала, *Viadeo* предложило рынку собственный сервис онлайн-рекрутинга. Это решение было ориентировано на крупные компании и не вызвало интереса не только у мелких, но и у средних работодателей. К началу 2016 г. новым сервисом воспользовались лишь несколько десятков компаний. Сегодня вторая по величине в мире СПС ушла не только из России, но и из США, Китая и Африки.

Это лишний раз свидетельствует о том, что количество зарегистрированных пользователей СПС абсолютно не связано с их экономическими показателями. Наличие большого числа пользователей служит основанием для эмиссии и размещения ценных бумаг, покупатели которых плохо понимают роль профессиональных сетей в экономике. Однако реального влияния на рынок труда СПС оказать не могут в силу своей специфики и несовпадения институциональных целей с целями пользователей.

Тезис 2. Потенциал профессиональных интернет-сообществ (ИПС) ограничен аудиторией, состоящей из управленцев среднего звена.

Основная целевая аудитория ИПС – высококлассные специалисты, чьи потребности расположены на предпоследнем уровне пирамиды потребностей А. Маслоу. ИПС также ориентированы

¹² Социальная сеть *Viadeo*. – Режим доступа: <http://ru.viadeo.com/fr/> (Дата обращения: 20.03.2018).

на первичный рынок труда, на котором часто выступают в качестве разновидностей краудсорсинговых проектов – электронных платформ для взаимодействия работодателей и исполнителей. В инфраструктуре виртуального рынка труда они образуют весьма специфическую коммуникативную среду.

Изначально появление ИПС стало таким же институциональным прорывом, как появление электронных торговых площадок, связывающих напрямую производителей и конечных покупателей. Здесь в полной мере проявилась закономерность развития сетевой экономики, суть которых состоит в выпадении традиционных посредников из сбытовых каналов и замене их электронными сервисами. Дополнительная прибыль, образующаяся за счет сокращения каналов, резко повышает конкурентоспособность оставшихся участников даже в условиях экономического кризиса и падения спроса.

На рынке труда сегодня наблюдается аналогичная ситуация. Посредники в лице кадровых агентств постепенно утрачивают актуальность сначала для работодателей, а затем для соискателей, взаимодействующих напрямую. Причем, такое взаимодействие уже далеко не всегда подразумевает постоянную занятость. Все чаще и чаще речь идет о совместной реализации заказчиком и исполнителем отдельных проектов на равноправной основе без последующих обязательств по их завершению. Наемный работник при этом превращается в равноправного партнера работодателя, добровольно и осознанно принимающего на себя ответственность за выполнение определенных функций или решение задач в рамках совместного проекта. Речь идет о спонтанно возникающих появлениях *«неформальных, постоянно изменяющихся объединений работников и фирм»*. [56, с. 40]

В качестве примера можно привести электронную краудфандинговую платформу *InnoCentive* (США), декларирующую специализацию на посредничестве в *«решении корпоративных, социальных, политических, научных или технических проблем компаний-заказчиков»*¹³. Суть работы этой ИПС заключается в следующем: компании-заказчики объявляют конкурс на решение

¹³ Сайт проекта *InnoCentive*. – Режим доступа: https://www.innocentive.com_. (Дата обращения: 07.04.2018.)

любой своей проблемы с определенным призовым фондом, а потенциальные исполнители предлагают свои варианты решения. Автор лучшего варианта получает приз заказчика. Такой подход позволяет заказчику (работодателю) в каждом конкретном случае выбрать наилучший вариант решения, не попадая в зависимость от своего штатного исполнителя.

Сумма вознаграждения здесь значительно выше, чем зарплата штатного исполнителя. Но зато заказчик экономит время и платит за лучшее решение, а не за отработку одной из возможных альтернатив. В штате компании даже самый одаренный исполнитель может ошибаться или не обладать всей полнотой знаний для решения стоящей проблемы. Здесь такая вероятность исключена. Кроме того, далеко не всегда целесообразно держать высококлассного специалиста в штате, если он требуется для решения одной единственной задачи, да и то без гарантированного результата.

В России аналогов ИПС *InnoCentive* нет, по-видимому, из-за ограниченности российского рынка и языковых барьеров. Однако есть примеры самоорганизации с обратной стороны, например, российская платформа *E-xecutive*, позиционирующая себя как «сообщество менеджеров», объединяющая свыше 300 тыс. профессионалов в области управления¹⁴. В этой сети представлены в основном собственники небольшого бизнеса и топ-менеджеры, а также все, кто стремится ими стать или заработать на таком стремлении. Причем последних – подавляющее большинство.

ИПС *E-xecutive* предоставляет участникам широкие возможности самопиара через публикацию текстов по менеджменту, карьере, маркетингу, финансам и бизнес-образованию. В настоящее время на ресурсе размещены около 10 тысяч публикаций, 80% из которых созданы участниками сообщества, а также некоторое количество управленческих вакансий, новости менеджмента и множество платных образовательных курсов. Платные услуги ИПС не афишируются, но по всем рекламным

¹⁴ Сайт проекта *E-xecutive*. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru>. (Дата обращения: 08.04.2018.)

вопросам, кроме размещения личных резюме предлагается обращаться в отдел рекламы и другие подразделения¹⁵. При этом ИПС *E-executive* также не несет ответственности перед участниками заключаемых сделок на рынке труда, не предоставляет специализированный функционал для их заключения и не осуществляет арбитраж в случае возникновения трудовых конфликтов.

Основным недостатком не только этой, но и всех ИПС, является узкая специализация с ориентацией на общение пользователей и получение дохода от рекламы. Пользователям предлагаются платные услуги, но эти услуги связаны не с рынком труда, а с формированием коммуникативного пространства. Все это не позволяет рассматривать любые ИПС как полноценный инструмент виртуального рынка труда или как составную часть его инфраструктуры. Проблемы трудоустройства отдельных пользователей ИПС способные успешно решать, но говорить об использовании ИПС в качестве площадки для массового заключения сделок на рынке труда преждевременно.

Тезис 3. Электронные базы резюме (ЭБР) ограничивают свою функцию на рынке труда сбором и перепродажей информации.

ЭБР представляют собой одну из наиболее востребованных форм интернет-рекрутинга. На виртуальном рынке труда они аккумулируют предложения (вакансии и резюме), извлекая прибыль от продажи имеющейся информации. Отчасти ЭБР сродни электронным доскам объявлений (ЭДО) с той лишь разницей, что базы резюме создаются бессрочно. Их целевая аудитория – соискатели вторичного рынка труда (специалисты средней и низшей квалификации, рабочие, обслуживающий персонал), третий уровень пирамиды потребностей А. Маслоу.

На виртуальном рынке труда ЭБР позиционируют себя в качестве специализированных интернет-площадок для размещения и продвижения информации, что повышает их привле-

¹⁵ Реклама / *E-executive*. – Режим доступа: <https://www.e-executive.ru/pages/ad>. (Дата обращения: 08.04.2018.)

кательность в качестве источника актуальной информации и освобождает от необходимости заниматься навязчивой рекламой. Доходы ЭБР образуются из четырех основных источников:

- 1) оплата работодателей за размещение вакансий,
- 2) размещение платных курсов,
- 3) продажа премиум-аккаунтов,
- 4) платные рекламные опции при продвижении резюме.

С ИПС и СПС их объединяет инструментарий монетизации контента. Отличие состоит лишь в том, что целевая аудитория здесь сосредоточена на поиске работы (работников), а не на общении. ЭБР не делают ставку на межличностные коммуникации, сосредотачиваясь на содействии пользователям в поиске работы (работников). В остальном маркетинговая стратегия схожа – создать впечатление об эффективности сервиса, а затем убедить посетителей приобрести платные опции продвижения резюме (вакансий) на рынке труда.

Существенная особенность целевой аудитории ЭБР в том, что их пользователи не заинтересованы в длительном профессиональном общении – им нужна работа (работники) здесь и сейчас. Предлагаемые ЭБР вакансии предполагают функциональные обязанности, не требующие от соискателей высокой индивидуальной ответственности и принятия стратегически важных решений. Соответственно, и соискатели ищут здесь не возможности личностного роста, свободы действий и самореализации, а достойную зарплату и постоянную занятость. Не случайно у большинства ЭБР (например, *Career.ru* у *HeadHunter* или *SuperJob Students*) имеется отдельный проект, ориентированный на стажеров и выпускников вузов¹⁶.

Несмотря на то, что ЭБР представляют собой один из самых динамично развивающихся сегментов виртуального рынка труда, у них тоже есть свои недостатки. Главный состоит в том, что ответственности за результат или какой-либо его фиксации в форме отзывов о заключенном трудовом контракте они не несут. ЭБР не принимают прямого участия в сделках на рынке

¹⁶ О проекте / *Career.ru*. – Режим доступа: <https://career.ru/article/10250> (Дата обращения: 15.04.2018).

труда, а лишь предоставляют информацию для поиска работников (работодателей). Вместе с тем, такая модель поведения находит отклик на рынке труда, поэтому говорить о ее ущербности или бесперспективности пока рано.

Тезис 4. Электронные доски объявлений (ЭДО) выполняют ограниченную функцию информирования на рынке труда.

На виртуальном рынке труда ЭДО выполняют ту же роль, что и газеты бесплатных (платных) объявлений на традиционном рынке труда. Их функция ограничивается информированием читателей об имеющихся вакансиях с той лишь разницей, что функционал им позволяет оперировать большим количеством информации и размещать объявления бессрочно. ЭДО обладают более низким потенциалом монетизации, чем предыдущие виды профессиональных сетей, но для пользователей это является достоинством, а не недостатком. Кроме того, создание ЭДО намного проще технологически, что обуславливает низкий входной барьер и значительную численность участников этого сегмента виртуального рынка труда.

Рыночные условия ЭДО близки к условиям совершенной конкуренции – здесь много участников, но они гораздо менее медийно заметны, поскольку не делают основную ставку на рекламу. Их основное преимущество состоит в бесплатности основных услуг как для работодателей, так и для соискателей вакансий. Дополнительные услуги платны, но цена их для всех пользователей минимальна. Это напоминает рынок спичек или хлеба: много производителей, покупатели не хотят платить за рекламу, товар абсолютно известен, понятен и доступен. Не случайно спектр ЭДО чрезвычайно широк: от универсальных ЭДО (*Avito*) до государственных проектов («*Работа в России*») или глобальных (*Indeed*), включая региональные, профессиональные формы и пр.

Следует отметить, что функционал ЭДО мало пригоден для трудоустройства узкопрофильных специалистов или управленцев высшего и среднего звена, поэтому с СПС и ИПС они практически не пересекаются. У них довольно скудный инструментарий для продвижения в сети предложений пользователей.

Также они не принимают на себя ответственность за достоверность содержащейся в объявлениях информации, хотя и модеруют их. Что, однако, не мешает пользователям использовать их возможности совместно с другими облачными сервисами (персональными блогами, видеохостингами и пр.).

Другое дело, что задача продвижения объявлений ложится на плечи самих пользователей, поскольку ЭДО (в отличие от других сетей) не обучают этому пользователей и не занимаются этим сами. У них просто нет для этого сил, средств и коммерческой заинтересованности. Хотя потенциальные возможности пользователей ЭДО по самомаркетингу гораздо выше, чем у пользователей других видов профессиональных сетей. ЭДО только размещают информацию пользователей бесплатно, но и не блокируют несанкционированную активность по продвижению объявлений. Пользователи могут совершенно свободно, не опасаясь санкций со стороны ЭДО, интегрировать в структуру своих объявлений любые ссылки на внешние объекты или ресурсы. Минус лишь в том, что их этому никто не обучает и не спонсирует такого рода деятельность.

Кроме того, несомненным достоинством ЭДО является их ориентированность на целевую аудиторию – тех, кому нужно срочно найти работу (работников) здесь и сейчас. Этим обусловлена их безусловная популярность у пользователей. В качестве примера можно привести крупнейшую в мире глобальную ЭДО *Indeed* (США), ежемесячно обслуживающую около 200 млн уникальных посетителей на 28 языках в 60 странах мира¹⁷.

Достижения *Indeed* позволяют использовать ее в качестве ориентира институционального развития для всех ЭДО¹⁸. Она предоставляет услуги пользователям и партнерам бесплатно для некоммерческих целей на основании публичной оферты¹⁹.

¹⁷ Our Company / About / *Indeed*. – Режим доступа: <https://www.indeed.com/about/our-company> (Дата обращения: 22.04.2018).

¹⁸ В маркетинге этот метод называется «ориентация на лидера» (бенчмаркинг).

¹⁹ Общие условия предоставления услуг *Indeed* (Последнее обновление: 17 июля 2017 г.) / *Indeed*. – Режим доступа: <https://ru.indeed.com/legal?hl=ru#tos> (Дата обращения: 22.04.2018).

Недостатки собственного функционала *Indeed* компенсирует интеграцией с облачными сервисами, предоставляющими дополнительные услуги²⁰. Однако она не обязывает пользователей использовать конкретные сервисы или услуги, включая свои собственные.

Кроме того, *Indeed* предоставляет соискателям бесплатно ключевые программные продукты *Indeed Prime* и *Indeed Резюме* для продвижения резюме и не ограничивает пользователей в размещении любого цифрового контента (личной информации, фото, аудио, видео и т. д.) при условии, что он не нарушает права третьих лиц и действующее законодательство. В результате целевую аудиторию *Indeed* составляют все пользователи, заинтересованные в заключении трудовых контрактов, а не только те, кто готов оплачивать определяемые сервисом услуги. Такая политика определяет секрет популярности и широкого распространения *Indeed* не только в США, но и по всему миру.

В России подобных *Indeed* специализированных проектов на рынке труда пока нет. Развитие ЭДО пошло по двум направлениям: стандартные ЭДО (крупнейшая – *Aviso*) и некоммерческие ЭДО (например, «*Работа в России*»). Коммерческим ЭДО в силу своей специфики сложно удержаться в рамках профессиональной деятельности, но некоммерческие ЭДО, интегрированные с государственными органами или профессиональными объединениями имеют большой потенциал роста.

Так, например, база данных созданной Минтрудом России некоммерческой ЭДО «*Работа в России*» по состоянию на 22.04.2018 г. насчитывала 412.573 вакансий и 1.334.941 рабочих мест²¹. Отличительными чертами этой ЭДО являются: расширенный функционал, интеграция в структуру портала «*Госуслуги*», ответственность за достоверность размещаемой информации и абсолютная бесплатность для пользователей. Наполняется ЭДО «*Работа в России*» как за счет баз данных служб занятости, так и путем прямого размещения информации пользователями.

²⁰ Например, *Interviewed.com*, где работодатели могут тестировать соискателей для оценки их профессиональных навыков.

²¹ Поиск вакансий / *Работа в России*. – Режим доступа: <https://trudvsem.ru/vacancy/search> (Дата обращения: 22.04.2018 г.).

Несмотря на административный характер этой ЭДО, ее появление выводит виртуальный рынок труда в России на принципиально новый уровень институционализации. Впервые из основ деятельности ЭДО на рынке труда полностью выведена коммерческая составляющая, а сама ЭДО стала проводником государственной политики в сфере занятости. Государство получило инструмент оптимизации затрат на содержание служб занятости населения, а также достоверный источник статистической информации о рынке труда. Пользователи получили лучший (по сравнению с существующими) сервис не только для поиска работы (работников), но и дополнительные возможности в виде сервиса проверки трудовых договоров, СПС *SkillsNet* и др.

При этом нельзя сказать, что ЭДО «Работа в России» является идеальной моделью профессиональной сети на виртуальном рынке труда. Однако часть проблем пользователей, игнорируемых коммерческими профессиональными сетями она сняла. Так, например, система отзывов участников сделок друг о друге реализована в форме отдельного приложения – сети профессиональных контактов *SkillsNet*²². Арбитражная функция реализована в форме сервиса проверки соответствия трудового договора нормам законодательства²³. Кроме того, информация пользователей размещается в ЭДО «Работа в России» через портал «Госуслуги» после проверки модератором, что снимает вопросы о ее достоверности.

Тезис 5. Сетевые сервисы фриланса (ССФ) ограничены локальными сегментами рынка труда.

ССФ являются наиболее адаптированным к рынку видом профессиональных сетей, удовлетворяющими потребности первого (базового) уровня пирамиды А. Маслоу. Их целевая аудитория представляет собой пользователей, ориентированных на разовые сделки вне длительных соглашений на рынке

²² Общероссийская социальная сеть деловых контактов *SkillsNet*. – Режим доступа: <https://skillsnet.ru/>

²³ Проверочный лист «Проект трудового договора» / Общероссийская база вакансий «Работа в России». – Режим доступа: <http://dogovor.trudvsem.ru/?mt=CANDIDATE&dt=BASE>

труда. Это наиболее продуктивная часть аудитории пользователей профессиональных сетей, каждый из которых способен заключать ежегодно неограниченное число сделок на рынке труда. Их основная потребность заключается в наличии площадки для их заключения. В свою очередь, ССФ, благодаря облачным технологиям, предоставляют пользователям необходимый функционал, который является основой их маркетинговых преимуществ и отличительной чертой.

ССФ позволяют пользователям быстро находить друг друга и заключать сделки в интерактивном режиме. ССФ не просто предоставляют платформу для сделок, но и весь комплекс сопутствующих услуг: определяют правила сделок, гарантируют оплату через эскроу или интегрированный платежный сервис, выступают в качестве арбитра в спорах, осуществляют рейтинговую оценку пользователей и т. д. При этом они берут фиксированный процент с каждой сделки, вплотную приближаясь по функционалу к электронным торговым площадкам.

На виртуальном рынке труда ССФ, по сути, являются провайдерами логистических услуг, обеспечивающими техническую возможность заключения сделок купли-продажи отдельных работ. Их популярность объясняется взаимной выгодой пользователей,кратно увеличивающих число сделок за счет аккумуляции взаимных предложений, когда ССФ выступают в роли коллективного партнера пользователей, заключающего сделки от имени и по поручению противоположных сторон.

Здесь нет соискателей и работодателей, но есть заказчики и исполнители работ, которые становятся предметом сделки. Стороны не контактируют напрямую друг с другом до заключения сделок. Заказчик определяет задание и сумму, которую он готов заплатить. Задание размещается на ССФ, который аккумулирует заявки исполнителей и передает из заказчику. Заказчик выбирает исполнителя и переводит оплату на счет ССФ. После выполнения задания, если формальные условия выполнения заказа соблюдены, оплата поступает исполнителю независимо от мнения заказчика.

Наиболее институционально развитой формой ССФ являются биржи фриланса, которые могут быть универсальными

(*Kwork*, *Work-Zillo*, *FL.ru* и др.) или специализированными (*Переводчик.me*, *TutorOnline*, *eTXT* и ряд др.). Такая биржа представляет собой локальный рынок труда, где заказчик всегда не только сможет найти исполнителей, но и выбрать лучшее предложение, а исполнитель найдет множество заказчиков, которым он предложит свои услуги. Ни один исполнитель или заказчик не в состоянии достичь самостоятельно той же эффективности.

Отдельной разновидностью ССФ являются транспортные агрегаторы, специализирующиеся на перевозках, как местных пассажирских (*Uber*, *Яндекс-такси*), так и дальних грузовых (*GoCargo*, *iCanDeliver*). Они также аккумулируют заказы, но без создания конкурентной среды для исполнителей. Их отличительная черта состоит в том, что они сами определяют фиксированную стоимость работ, организуя их выполнение и контролируя качество.

В целом ССФ выступают на рынке труда не только в качестве профессиональных сетей, но и в качестве виртуальных работодателей, обеспечивающих постоянную занятость исполнителей за счет множественности получаемых заказов. Роль трудового договора здесь выполняют публичная оферта и внутренние правила сервиса. ССФ обеспечивают безусловное выполнение их как исполнителями, так и заказчиками, купируя саму возможность возникновения большинства конфликтов и разногласий.

При этом они не только формируют рыночную среду для совершения сделок на виртуальном рынке труда. Их роль гораздо шире – они формируют институциональную среду, одновременно обеспечивающую пользователям независимость и возможность постоянной самозанятости, интегрируя в себе трудовую и предпринимательскую составляющие этого рынка.

Резюме

Предложенная классификация профессиональных сетей обосновывает тезис о том, что их экономическая эффективность на рынке труда неразрывно связана с экономической активностью пользователей. Пользователи приходят в профессиональные сети за экономическим эффектом, ради которого они

готовы тратить силы, время, а иногда и деньги. Когда речь идет о профессиональных сетях низших уровней, то в мотивации пользователей доминирует желание получить доход. По мере возрастания уровня профессиональных сетей в мотивации пользователей доминирующее значение приобретают потребности в самореализации, обретении социального статуса и общественном признании. Однако пользователям сложно ожидать экономического эффекта там, где вместо гарантий трудоустройства предлагаются коммуникации или профессиональное общение.

Ориентация на целевой рынок становится отличительной чертой всех профессиональных сетей. При этом процесс институциональной трансформации виртуального рынка труда пока не завершен, что проявляется в противоречии между массовым спросом (нацеленным на трудовые контракты) и предложением (стремящимся к прибыли вне ответственности). Практика показывает, что эволюционное развитие профессиональных сетей направлено в сторону их трансформации из инструмента межличностных коммуникаций в инструмент заключения сделок на рынке труда. Процесс инициируется снизу в виде спонтанно формирующихся институций, постепенно вытесняющих с рынка менее эффективные формы взаимодействия между соискателями вакансий и работодателями.

Многие профессиональные сети (высших уровней) продолжают держаться за отживающие методы монетизации контента, делая ставку на продажу рекламных услуг. Камнем преткновения является их нежелание принимать на себя ответственность за заключаемые пользователями контракты, становиться полноценным участником сделок и арбитром, а также неадаптированность к такого рода деятельности. Слабым местом также стремление влиять на мотивацию пользователей вместо того, чтобы ориентироваться на уже существующий спрос.

Поэтому, несмотря на впечатляющие показатели, институциональное значение профессиональных интернет-сетей трудно пока назвать определяющим на традиционном рынке труда. Все виды профессиональных сетей обладают своими особенностями, хотя никто из них пока не предлагает рынку полный

комплекс логистических услуг по трудоустройству и рекрутингу персонала. В результате охват аудитории профессиональными сетями весьма фрагментарен. Многие пользователи регистрируются одновременно в нескольких сетях, пытаясь найти оптимальную модель их использования или просто ознакомиться с ними изнутри. Это скорее дань моде, чем осознанная необходимость.

Выход из сложившейся ситуации видится в кастомеризации [107, с. 14] профессиональных интернет-сетей на основе развития их торговых инструментов и расширения арбитражных полномочий. Такой подход позволяет адекватно отвечать на экономические запросы пользователей, превращая профессиональные сети из инструмента межличностных коммуникаций в инструмент кадрового маркетинга. Критерием эффективности здесь могут стать показатели, отражающие экономию транзакционных издержек (финансов, времени и усилий) сторон заключаемых сделок. В любом случае, дальнейшее институциональное развитие профессиональных сетей определит рыночный спрос, роль которого в условиях экономического кризиса будет только возрастать.

***Опубликовано:** Калужский М. А. Профессиональные сети на виртуальном рынке труда // Экономическая наука современной России. – 2018. – № 4.*

Часть 4. Внештатная занятость на рынке труда

Институциональный переход к сетевым формам организации и ведения бизнеса изменил не только потребительский рынок, но и рынок труда, виртуализовав его инфраструктуру и дополнив новыми инструментами. Внештатная занятость из малопонятной экзотики превратилась в неотъемлемую часть трудовых отношений. Так, например, по данным опроса компании *Hays*, в 2018 году 63% российских компаний планировали использовать временный и контрактный персонал. [32, с. 5]

Вместе с тем, теоретическое обоснование институциональных изменений существенно отстает от практики трудовых отношений. Основной проблемой является несоответствие традиционной методологии реалиям рынка труда, на котором управление персоналом из внутренней функции предприятий трансформируется в самодостаточный вид экономической деятельности независимых субъектов рынка.

Нельзя сказать, что указанная проблема не нашла отражения в научной литературе. В теоретическом обосновании институциональных изменений поворотным моментом стала работа Томаса У. Малоуна «Труд в новом столетии», выделившего децентрализацию в качестве основной причины революционных изменений рынка труда [56, с. 13]. Позднее появились публикации, раскрывающие институциональные особенности новых форм занятости, таких как заемный труд, аутстаффинг и аутсорсинг персонала, телезанятость и пр. Однако единая методология институционального анализа закономерностей эволюционного развития внештатной занятости на виртуальном рынке труда пока отсутствует.

В целом проблема существующей методологии вызвана эндогенностью практикуемых подходов, в рамках которых новые формы занятости рассматриваются с позиций менеджмента как самодостаточные явления, мало связанные между собой. Альтернативный, экзогенный подход исходит из того, что первопричиной появления и развития новых форм внештатной занятости являются маркетинговые (т. е. рыночные) факторы. Большую часть из них можно свести к экономии на разного рода издержках (от производственных до транзакционных) в

результате освоения новых форм внештатной занятости и делегирования полномочий внешним посредникам. Именно эта экономия в условиях глобального экономического кризиса служит двигателем институциональных изменений и источником повышения конкурентоспособности на виртуальном рынке труда. [106, с. 50]

1. Институциональное основание внештатной занятости

Традиционно внештатная занятость рассматривается в качестве одной из разновидностей нестандартной занятости. [70, с. 77] Однако, помимо формальных признаков, структура и содержание внештатной занятости в значительной мере зависит от неформальных факторов, обусловленных мотивацией и экономическими интересами участников рынка труда. [46, с. 21]

Под институциональным основанием внештатной занятости предлагается понимать экономический эффект, получаемый участниками трудовых отношений в результате совершения сделок на рынке труда. Размер эффекта определяет институциональное поведение участников рынка, формируясь под влиянием внешних факторов – спроса и предложения, конкуренции, государственного регулирования, структуры и инфраструктуры рынка труда. В текущей ситуации такое поведение зависит не столько от институционализированных форм рыночных отношений, сколько от экономической целесообразности их применения. Новые формы занятости появляются не потому, что кто-то их «выдумывает», а потому, что развитие технологий открывает новые институциональные возможности, обеспечивающие сравнительно больший экономический эффект²⁴. Это спонтанный процесс, напоминающий весеннее пробуждение природы, которое сложно контролировать и совершенно невозможно остановить.

²⁴ Любые технологии, влияющие на рынок труда: интернет-технологии, компьютерные технологии, технологии управления, логистические, маркетинговые технологии и т. д.

Спектр исходных форм внештатной занятости достаточно широк: работа по договорам подряда и возмездного оказания услуг, по срочным договорам, а также заемный труд. [44, с. 3–4] Объединяет их отсутствие посредников между участниками трудовых сделок и прямые договоры работодателей (заказчиков) с работниками (исполнителями). Однако, затем, по мере повышения уровня институционализации форм занятости, происходит передача функций, полномочий и ответственности от работодателя к посредникам.

Они поступательно превращаются из помощников по уходу от налогов в провайдеров логистических услуг, принимающих на себя одну из четырех важнейших функций любого предприятия – производственную, торговую, платежную или распределительную. Институциональная составляющая посреднической деятельности укладывается в универсальную модель трехсторонней логистики «ТРЛ» (от англ. *Third Party Logistic* – логистика третьей стороны). (См. Табл. 2).

Табл. 2. Иерархия институциональных форм внештатной занятости

Уровень логистики	Институциональные особенности
ТРЛ-1. Разовый договор	разовое трудовое (коммерческое) соглашение работника и работодателя (заказчика)
ТРЛ-2. Заемный труд	привлечение посредника для освобождения работодателя от ответственности перед работниками
ТРЛ-3. Лизинг персонала	организация труда работников посредником, выступающим в качестве работодателя
ТРЛ-4. Кадровый аутсорсинг	делегирование посреднику полномочий и ответственности за выполнение отдельных работ
ТРЛ-5. Логистический провайдинг	выполнение посредником отдельных работ на постоянной основе по фиксированным тарифам

Содержание приведенной выше таблицы свидетельствует о том, что вектор институционального развития внештатной занятости имеет направление, совпадающее с направлением вектора развития сетевой экономики. Аналогичные процессы, свя-

занные с виртуализацией бизнеса, наблюдаются сегодня в товародвижении, торговле, организации производства и развитии платежных систем. Эволюционирование внештатной занятости проходит те же этапы, обусловленные появлением новых рыночных возможностей и институционализацией конкурентной среды.

2. Уровень TPL-1: Разовый договор

Уровень предполагает прямые отношения между работодателем (заказчиком) и работником (исполнителем) на разовой основе. К прямым формам внештатной занятости прежде всего следует отнести то, что МОТ именует *«зависимой самозанятостью»*, когда формально независимые работники предоставляют услуги или выполняют работы в рамках гражданских или коммерческих договоров, находясь в фактической зависимости от своих клиентов и (или) получая прямые указания от них в процессе труда. [106, с. 9] По другому их можно назвать *«неформальной занятостью»*. Как правило, такие формы занятости имеет цели, связанные с подменой трудовых отношений отношениями купли-продажи результатов труда и ухода от социальных налогов. В отдельных случаях это сопряжено также с бесправным положением работников (например, нелегальных гастарбайтеров).

Однако, в любом случае, экономия на социальных отчислениях выступает в качестве институционального основания прямых форм внештатной занятости. Она обеспечивает повышенную конкурентоспособность таких отношений в сравнении с легализованными формами традиционной занятости. Полученная от снижения издержек дополнительная прибыль (доход) может перераспределяется между участниками сделок, либо присваивается работодателем, если работник от него зависит. Вне этой экономии прямые формы внештатной занятости теряют всякий экономический смысл, поскольку индивидуальные издержки их участников благодаря работе вне правового поля резко возрастают.

Такие формы внештатной занятости ограничены государством как институциональным регулятором рынка труда. Все они так или иначе находятся вне правового поля, но далеко не все

подпадают под запрет действующего законодательства. С точки зрения устоявшихся традиций нет ничего предосудительного в том, что некто подряжает кого-то за определенную плату вскопать огород. Но если некто попытается перейти от разовых индивидуальных сделок к нелегальному использованию чужого труда на постоянной основе, то его деятельность неминуемо подпадает под действие ст. 171 Уголовного Кодекса РФ (незаконное предпринимательство) и будет пресечена государством. [6]

Неформальные соглашения по выполнению разовых работ или оказанию услуг невозможно полностью запретить, поскольку они не подразумевают обязательной формализации. Однако существующие на рынке труда институциональные ограничения сужают сферу их применения межличностными отношениями. Их можно рассматривать как форму простейших трудовых отношений, но в качестве легализованной формы постоянной занятости они не применимы.

3. Уровень TPL-2: Заемный труд

Уровень предполагает привлечение посредника для решения определенной задачи в ходе юридического оформления трудовых отношений. В качестве наглядного примера можно привести т. н. «*заемный труд*» (иначе – *аренда персонала*), когда работодатель привлекает посредника (кадровое агентство) для выполнения каких-либо работ. При этом он не вступает в трудовые отношения с привлеченным персоналом, оплачивая результат заемного труда. [30, с. 117–118]

Не только в российской, но и в международной практике такие посредники используются для легализации прямых форм внештатной занятости, позволяющих работодателю уйти от выплат в социальные фонды и не оплачивать незанятое время работников. [106, с. 160] Работники при этом получают возможность одновременного заработка, но попадают в условия потогонной системы организации труда, основанного на сдельной оплате. Хотя, например, для нелегальных гастарбайтеров

или бездомных это вполне приемлемый вариант, практикуемый за пределами правового поля и сегодня²⁵.

Для остальных участников рынка заемный труд (в трактовке ст. 56.1 Трудового кодекса РФ) всегда применялся на грани допустимого законом. [5] Работодатели уходили от ответственности перед государством и работками благодаря использованию сомнительных посредников, большая часть которых представляла собой фирмы-однодневки. Государство лишалось значительной части налоговых поступлений, а заемные работники – социальной защиты.

Применение заемного труда сдерживает узкая сфера его применения, ограниченная низким уровнем квалификации работников. Он легко применим для привлечения сортировщиков, упаковщиков или грузчиков, но совсем не годится, когда речь заходит о высококвалифицированных специалистах. Кроме того, попытки использования заемного труда для массового привлечения пусть низкоквалифицированных, но полноправных с точки зрения трудового законодательства работников, неизбежно приводит к возникновению трудовых конфликтов. [44, с. 10]

С 1 января 2016 г. ст. 56.1 Трудового Кодекса в России заемный труд формально был запрещен. [5] Это не означает, что заемный труд исчез с российского рынка труда. Скорее за рамки закона были выведены его составляющие, связанные с минимизацией социальных платежей и снятием ответственности с работодателей. Однако проблема заключается в том, что появление и существование заемного труда не сводится к простому уходу от налогов. У заемного труда есть экономическое основание, связанное с актуальностью для работодателей сокращения внутренних издержек в условиях падения спроса и снижения загрузки производственных мощностей.

Международная практика свидетельствует о том, что заемный труд, появившийся в конце 1960-х гг. в США, сегодня широко распространен в ведущих странах мира, где его доля на рынке труда составляет 1–5% с четко выраженной тенденцией к

²⁵ Например, для бомжей, сортирующих мусор на свалках бытовых отходов.

росту. [30, с. 125] Легитимность заемного труда закреплена Конвенцией № 181 и Рекомендацией № 188 «О частных агентствах занятости» Международной организации труда. [1; 4] Все это позволяет говорить о закономерности появления заемного труда как институции, спонтанно формирующейся под действием объективных обстоятельств вне зависимости от формальных запретов.

В России запрет заемного труда также не привел к его фактическому исчезновению. [30, с. 124] Произошло размежевание заемного труда на *нелегальный труд по прямым контрактам* и значительно более институционально продвинутой *лизинг персонала*. Законодательный запрет лишь сузил сферу применения чистого заемного труда, спровоцировав распространение на рынке более сложных форм посредничества.

4. Уровень TPL-3: Лизинг персонала

Уровень предполагает превращение посредника в полноценного участника трудовых отношений, третью сторону при заключении трудового контракта. Типичным примером такого рода посредничества может служить т. н. «*лизинг персонала*» (от англ. *personal-leasing*), хотя понятие «*лизинг*» здесь не вполне уместно²⁶. В целом под «*лизингом персонала*» понимаются все правоотношения, возникающие при заключении посредником трудовых контрактов с работниками с последующим перенаправлением их к заказчикам для выполнения каких-либо работ. [41, с. 17]

Здесь возможны два варианта организации работ. Во-первых, это *подбор временного персонала* (англ. *temporary staffing*) для выполнения непродолжительных работ длительностью от одного дня до нескольких месяцев. Речь здесь может идти о привлечении внештатного персонала для замещения временно отсутствующих работников, участия в реализации каких-либо мероприятий и т. д. Во-вторых, это *выведение персонала за штат*

²⁶ *Лизинг* (от англ. *leasing*) – аренда имущества с правом выкупа. В «лизинге персонала» о выкупе (т.е. трудоустройстве) арендуемых работников речь, как правило, не идет.

(англ. *outstaffing*) для переоформления в штат посредника уже работающего персонала заказчика. Речь здесь идет о попытке работодателя переложить на посредника ответственность за снижение заработной платы работников, уйти от заключения прямых контрактов с ними и снизить размер социальных отчислений.

Аутстаффинг сегодня наиболее востребованная на рынке труда форма лизинга персонала. Так, на долю временной занятости и аутстаффинга приходится около 40% общего объема услуг, предоставляемых на российском рынке труда кадровыми агентствами. [16, с. 331] По-видимому, первоначально идея аутстаффинга состояла в том, чтобы вернуть низкоквалифицированный заемный труд в рамки правового поля, изменив его название²⁷. Отчасти это удалось, но регулятор ужесточил условия предоставления такого рода услуг.

Сегодня аутстафферы поставлены в достаточно жесткие институциональные рамки: их деятельность подлежит аккредитации, их уставной капитал не может быть меньше 1 млн рублей, они не могут пользоваться режимами льготного налогообложения, предоставлять заемный персонал на срок более 9 месяцев и т. д. При этом «арендуемые» работники должны получать зарплату не меньше, чем штатные работники, а заказчик несет перед ними субсидиарную ответственность при возникновении конфликтов или нарушений законодательства.

Институциональная политика государства привела к снижению популярности аутстаффинга. Аутстаффинговые компании не исчезли с рынка, но число их заметно сократилось и продолжает сокращаться. Тем не менее у них остались некоторые преимущества, заставляющие работодателей прибегать к их услугам. Так, например, они позволяют заказчикам сокращать численность формально занятого персонала для применения льготных режимов налогообложения (как малые предприятия). Кроме того, аутстафферы дают возможность интенсифицировать труд персонала, перераспределяя его между заказчиками в случае простоев или недостаточной загруженности работой.

²⁷ В пользу этого довода говорит и то, что в зарубежной практике трудовых отношений такого понятия, как аутстаффинг (*outstaffing*) не существует.

В случае с лизингом персонала институциональное давление регулятора в очередной раз институционализовало рынок и часть кадровых агентств адаптировалось к новым условиям работы. Однако большая часть посредников вынуждена была перейти на следующий уровень институционального развития, ускорив распространение новых форм посредничества на рынке труда. [11]

5. Уровень TPL-4: Кадровый аутсорсинг

Уровень предполагает интеграцию посредника в технологическую цепочку заказчика с принятием ответственности за результаты труда и полномочий по его организации (аутсорсинг). [85, с. 58–59] Если прежде на нижних институциональных уровнях внештатной занятости в экономические отношения вступали заказчик и работники, то теперь их участниками становятся заказчики и посредники, выступающие в роли исполнителей. Они больше не являются агентами работодателей на рынке труда, принимая на себя выполнение отдельных работ и реализацию отдельных функций заказчика «под ключ».

Прежде всего это относится к аутсорсингу персонала (от англ. *outsourcing* – внешний источник) В аутсорсинге заказчик делегирует выполнение внутренних функций внешней компании, оплачивая результат труда (услугу или работу), а не процесс труда арендуемого персонала. Аутсорсинг не подпадает под запрет заемного труда, поскольку для работников в качестве работодателя выступает аутсорсинговая компания, которая принимает на себя всю полноту ответственности в соответствии с трудовым законодательством.

Аутсорсинговые компании позволяют заказчикам экономить на социальных отчислениях за счет интенсификации труда работников и взаимозаменяемости персонала. Аутсорсинг плохо подходит для выполнения уникальных операций, работ или услуг, поскольку рассчитан на массовое выполнение универсальных функций. На аутсорсинг обычно передаются обслуживающие функции, не связанные с реализацией конкурентных преимуществ. К ним можно отнести ведение бухгалтерского учета, обслуживание компьютеров, уборку помещений и т. д.

Важным признаком целесообразности выведения отдельных функций на аутсорсинг является неполная загрузка работников в течение рабочего дня. Чем меньше фактическая загрузка персонала, тем выше экономическая эффективность аутсорсинга. Переход на аутсорсинг здесь не имеет альтернативы, поскольку в его основе лежит экономическая целесообразность. В противном случае работодателю придется смириться с необходимостью содержания частично занятых работников.

В целом аутсорсинг предполагает два варианта обслуживания заказчиков. Простейший вариант представляет собой простую концентрацию персонала, возможностей и заказов посредником, извлекающим прибыль за счет централизованного обслуживания. Более сложный вариант подразумевает удаленное обслуживание клиентов на базе автоматизированных облачных сервисов, позволяющих многократно снизить издержки исполнителя, расширить географию охвата рынка и унифицировать предоставляемые услуги.

Институциональный переход к сетевому оказанию услуг открывает перед посредниками новые горизонты институционального развития. Однако он же и предопределяет тенденцию к дезинтеграции и виртуализации участников рынка, когда трудовые ресурсы интернационализируются и их место нахождения утрачивает решающее значение. В результате трудовые ресурсы выходят из-под прямого контроля регулятора. Внештатная занятость на предприятии трансформируется в *проектную занятость* для стратегически важного персонала и *отчуждение рабочих мест* для всех остальных его категорий.

6. Уровень TPL-5: Логистический провайдинг

Уровень предполагает замещение аутсорсеров *логистическими провайдерами* (от англ. *provider* – поставщик услуг), являющимися равноправными участниками рынка, оказывающими стандартизированные услуги по фиксированным тарифам на основании публичной оферты. Этот процесс сопровождается значительным сокращением внештатной занятости, поскольку логистический провайдинг окончательно освобождает заказчиков от необходимости манипулирования численностью персонала. Работодатель получает возможность сосредоточиться на

стратегически важных функциях, передав остальные функции (изготовление продукции, бухучет, организацию продаж и т. д.) специализированным провайдерам.

Наиболее чистой формой такой модели экономической деятельности является «*виртуальное предприятие (корпорация)*», состоящая из сети независимых элементов (партнеров), ориентированных на «*возможности рынка и/или потребности клиентов*». [83, с. 92] Виртуальному предприятию не требуется постоянный персонал. Ему нужны участники команды и внешние исполнители (провайдеры) сопутствующих функций. [106, с. 164] При этом особую актуальность здесь приобретают специализированные провайдеры логистических услуг, образующие на рынке децентрализованные маркетинговые сети.

Децентрализация процессов производства и распределения продукции служит их отличительной особенностью, которая проявляется не только в производственно-торговой сфере, но и в сфере трудовых отношений. Каждый участник сети становится специализированным центром принятия решений, подбора персонала и концентрации ответственности по отношению к своим партнерам. Предприятие, изготавливающее продукцию в рамках контрактного производства, становится производственным центром²⁸. Распределительную функцию принимает на себя фулфилментовая компания, выполняющая весь комплекс услуг распределительной логистики (хранение, экспедирование, доставка, сортировка, упаковка и т. д.)²⁹. Торговая площадка централизованно выполняет весь комплекс торговых услуг, аккумулируя не только товарные предложения, но и потребительский спрос.

При этом в структуре трудовых отношений доминирует *прямая (штатная) занятость* для наемных работников, *проектная занятость* для организаторов товародвижения и *самозанятость* для

²⁸ *Контрактное производство* – производство продукции независимым изготовителем с соблюдением технологического цикла и требований заказчика к качеству.

²⁹ *Фулфилмент* (от англ. *fulfilment*) – логистическое сопровождение сделки между продавцом и покупателем с момента оформления заказа до получения покупки.

лиц, привлекаемых для выполнения отдельных работ (технологов, дизайнеров и т. п.). Институциональная организация сетевого производства на этом уровне догоняет институциональное развитие трудовых отношений. [35, с. 43] Поэтому внештатная занятость утрачивает институциональное значение в качестве инструмента снижения издержек. Провайдинг позволяет решить эту задачу иным способом – через интенсификацию труда персонала провайдеров, централизующих выполнение отдельных функций и освобождающих заказчиков от необходимости заботиться о рациональности использования рабочего времени собственного персонала.

Заключение: перипетия институциональной политики

На современном этапе проблема институционализации рынка труда состоит в том, что в условиях экономического кризиса основным драйвером конкурентоспособности служит не расширение сбыта или рост покупательной способности, а снижение себестоимости товаров, работ и услуг. Повышение интенсивности труда, снижение налогооблагаемой базы или заработной платы являются для работодателей простейшим способом достичь поставленной цели. [106, с. 49] И здесь их интересы входят в противоречие с интересами государства, стремящегося к росту собираемости налогов и повышению благосостояния населения.

Особенности, присущие сегодня разным уровням различных форм внештатной занятости, наглядно иллюстрируют текущие тенденции и процесс институционализации рынка труда в России. Институционализация сглаживает, но не разрешает противоречия между интересами регулятора (государства) и интересами участников рынка труда. [30, с. 124] Введение ограничительных мер не ликвидирует проблему, но лишь выдавливает ее на новый уровень самоорганизации, вынуждая участников рынка усложнять и совершенствовать трудовые отношения.

Практика показывает, что наблюдаемые на рынке труда явления носят структурный характер и неразрывно связаны с развитием экономического кризиса. Пока попытки государства ограничительными мерами заставить участников рынка

отказаться от оптимизации издержек ведут лишь к совершенствованию форм внештатной занятости и выдавливанию производственной деятельности за пределы Российской Федерации. Поэтому решение проблемы институционального регулирования внештатной занятости имеет смысл связывать не столько с усилением институциональных ограничений, сколько со стимулированием перехода участников рынка труда к сетевым формам ведения бизнеса.

Опубликовано: *Калужский М. А. Внештатная занятость: институциональные тенденции и закономерности рынка труда // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2018. – Том 14. – Вып. 10. – Октябрь 2018. – С. 1904–1915.*

Часть 5. Особенности самозанятости в электронной коммерции

Социальное преломление электронной коммерции имеет своим следствием виртуализацию рынка труда и развитие удаленной занятости и самозанятости населения. Этот процесс повышает виртуальную мобильность населения, стимулирует маркетинговую деятельность и способствует снижению территориальных диспропорций [28, с. 296–297]. В результате формируется институциональный механизм решения целого ряда острейших социально-экономических проблем, присущих современной российской экономике:

1. Уменьшение негативного эффекта от сокращения экономически активного населения вследствие его старения за счет вовлечения незанятых в электронную коммерцию.

2. Мобилизация предпринимательского потенциала пенсионеров, инвалидов, безработных и других социально незащищенных слоев населения в экономически активную деятельность.

3. Снижение социальной напряженности, связанной с ростом безработицы и падением предпринимательской активности вследствие общего экономического кризиса.

4. Минимизация бюджетных расходов благодаря долгосрочному экономическому эффекту, мультиплицируемому за счет ресурсных возможностей электронной коммерции.

При этом следует отметить, что электронная самозанятость разительно отличается от иных неинституционализованных форм занятости, относящихся к *«вторичному рынку труда с низкой заработной платой и примитивными технологиями»* [77, с. 112]. Ни одна из таких форм самозанятости не способна обеспечить как сопоставимый с электронной коммерцией общеэкономический эффект, так и высокий доход занятых.

Мировой опыт показывает, что смене больших экономических циклов сопутствует не просто смена базовых технологий, но и массовое высвобождение рабочей силы, что неминуемо ведет к росту государственных расходов на поддержание занятости населения [74, с. 113]. Именно поэтому институциональная поддержка электронной коммерции может претендовать на

роль одного из приоритетных направлений антикризисной социально-экономической политики государства.

Российская Федерация, несмотря на неблагоприятные институциональные условия и неразвитую маркетинговую среду электронной коммерции, обладает огромным потенциалом ее развития. Например, еще в 2009–2011 гг. НИУ ВШЭ проводил перепись самозанятых в области интернет-коммуникаций, в результате которой выяснилось, что 69% опрошенных русскоязычных фрилансеров, зарегистрированных в 34 стран мира, на самом деле проживают в России. На отечественных заказчиков работало 72% зарубежных фрилансеров и 86% от всего числа респондентов [77, с. 99].

Все это лишний раз свидетельствует о неблагоприятной институциональной среде, выталкивающей самозанятых в другие юрисдикции. Проблема даже шире, чем было показано в исследовании НИУ ВШЭ, поскольку значительная доля самозанятых в электронной коммерции совмещает самозанятость с официальной занятостью или работает в условиях неполной занятости.

Проведенное исследование ясно показывает лидирующее положение российских фрилансеров на постсоветском пространстве, несмотря на отставание в развитии отрасли от Европы, США и Китая. Это характерно не только для всей IT-индустрии, но и для электронной коммерции. В сетевой экономике существует прямая зависимость между развитием предпринимательства и электронной коммерцией. Поэтому государственная политика занятости населения не должна ограничиваться стимулированием низкоквалифицированных и низкооплачиваемых сфер трудовой деятельности.

Занятость, связанная с товарными поставками, в условиях экономического кризиса является одним из немногих рынков, на котором частный бизнес может успешно развиваться [15, с. 543]. Делая ставку на институциональное развитие электронной коммерции, государство без значительных затрат не только решает насущные социально-экономические задачи, но и подключает ресурсы рыночного самофинансирования для новой

отрасли. Большие возможности для этого предоставляет закон Российской Федерации «О занятости населения в РФ» [2]:

1) ст. 5, закрепляющая поддержку предпринимательских инициатив граждан в качестве направления государственной политики занятости;

2) ст. 7, уполномочивающая федеральные органы власти создавать экономические условия для самозанятости и развития предпринимательства;

3) ст. 7.1, обязывающая органы власти субъектов Федерации содействовать самозанятости безработных;

4) ст. 10, подтверждающая право граждан заниматься профессиональной деятельностью за рубежом и легализующая электронную самозанятость за пределами юрисдикции Российской Федерации.

Для разработки государственных программ помощи безработным может быть полезна датская модель институционального регулирования занятости «*флексикьюрити*» (*flexicurity*), направленную на исправление структурных перекосов рынка труда [74, с. 114]. Суть этой модели состоит в переходе государственного субсидирования безработицы к субсидированию адаптации высвобождающихся работников к требованиям рынка. Флексикьюрити призвана решить две основные задачи: стимулировать самозанятость экономически не активного населения, а также способствовать миграции работников в более перспективные и рентабельные производства [74, с. 180].

В концепции флексикьюрити самозанятость подразумевает реализацию индивидуального бизнес-проекта без использования наемного персонала и юридической регистрации. Иными словами, речь идет о новой форме альтернативной занятости вне обращения к сторонним работодателям. Применительно к электронной коммерции это означает еще и возможность межличностной кооперации самозанятых с целью достижения предпринимательских целей. Таким образом, мы имеем здесь дело с юридической легализацией «виртуальной организации», где нет ни офиса, ни наемных работников, а есть группа единомышленников, объединяющихся для реализации маркетингового проекта.

Институциональное значение флексикьюрити состоит в создании благоприятной маркетинговой среды для распространения электронной самозанятости. На примере Европы очень хорошо видно, как институциональная политика государства формирует маркетинговую среду рынка. Именно по численности и эффективности виртуальных организаций Западная Европа является сегодня мировым лидером, несмотря на относительно среднее развитие частной электронной коммерции.

Сложность стоящих сегодня экономических задач компенсируется возможными выгодами от активизации маркетингового потенциала электронной коммерции. В условиях развивающегося кризиса внутренние резервы социально-экономического роста, не связанные со значительными финансовыми вливаниями, приобретают особую значимость. Поэтому в качестве оценки бюджетной эффективности мероприятий по стимулированию электронной коммерции предлагается брать не налоговые поступления, а социальный эффект сопутствующий институционализации маркетинговой среды электронной коммерции: экономия на социальных выплатах, удешевление потребительских товаров, увеличение объемов производства потребительских товаров и т. д.

Мировой опыт (США, Европа, Китай) показывает, что переход к сетевой экономике требует кардинального пересмотра институциональной политики [28, с. 372–376]. Ведущие страны мира отказываются от налогообложения субъектов электронной коммерции и прилагают значительные усилия для комплексного развития ее маркетинговой среды. Результатом становится перераспределение в их пользу глобальных финансовых потоков и появление дополнительных источников экономического роста.

Институциональный регулятор имеет все шансы для превращения Российской Федерации как минимум в региональный центр электронной коммерции, охватывающий своим влиянием экономическое пространство СНГ. Речь идет о целенаправленном формировании маркетинговой среды, охватывающей все аспекты электронной коммерции: от нормативного регулирования до развития рыночной инфраструктуры.

Невозможно обеспечить модернизацию экономики без целенаправленного создания институтов маркетинговой среды, определяющих конкурентоспособность электронной коммерции. Вместо спонтанного развития институций требуется формирование рыночных институтов, направляемое и стимулируемое государством. В глобальной конкуренции выигрывают регуляторы, которым удастся создать маркетинговые условия для трансграничной миграции электронной коммерции. В этом заключается основная цель необходимых институциональных преобразований и источник грядущего экономического роста.

Опубликовано: Калужский М. А. Институциональные особенности самозанятости в электронной коммерции / Социально-экономические проблемы и перспективы развития трудовых отношений в инновационной экономике: Мат-лы Межд. науч.-практ. конф. (21 апр. 2017 г.). – Омск: ОмГТУ, 2017. – С. 120–124.

Часть 6. Эффективность маркетинга на сетевом рынке труда

Эффективность маркетинга на рынке труда определяется на основе текущих (плановых) и общих (результаты труда) показателей. Они представляют собой своеобразный срез рынка труда, отражающий особенности текущей ситуации. Анализ эффективности маркетинга на рынке труда включает два этапа: **анализ эффективности маркетинговых мероприятий** и **общий анализ эффективности маркетинга**.

Этап I. Анализ эффективности маркетинговых мероприятий – подразумевает оценку проведенных мероприятий на рынке труда. Результаты такого анализа выражаются в отчетных показателях: производительности и продуктивности труда, денежных единицах, процентах и т. д. Конкретное содержание показателей определяется индивидуально и зависит от поставленных маркетинговых задач. Далекое не все из них связаны с извлечением прибыли или увеличением объема производства.

В рамках комплекса маркетинга показатели эффективности маркетинговых мероприятий определяются следующим образом:

Товарная политика – показатели решения маркетинговых задач, связанных с разработкой предложения труда, как со стороны заказчиков, так и со стороны исполнителей. Для работодателей это может быть связано с формированием требований к нанимаемому персоналу, затратами на организацию рабочих мест, определением условий труда. Для посредников – с содержанием и ассортиментом оказываемых услуг, условиями труда своего персонала и другими параметрами. Для фрилансеров – с содержанием и ассортиментом оказываемых услуг и т. д.

Ценовая политика – показатели решения маркетинговых задач, связанных с ценообразованием и управлением ценами на рынке труда. Для работодателей это может быть связано с формированием цены на труд, себестоимости труда, стимулированием труда или социальными льготами для персонала. Для посредников – со стоимостью и себестоимостью услуг на рынке труда, затратами на организацию труда (аутсорсинговые компании) и привлечение персонала (кадровые

агентства). Для фрилансеров – со стоимостью оказываемых услуг и выполняемых работ и т. д.

Сбытовая политика – показатели решения маркетинговых задач, связанных сегментацией рынков сбыта, созданием и управлением каналов привлечения персонала. Для работодателей – это может быть связано с выбором целевых сегментов рынка труда, определением требований к посредникам и степенью делегирования полномочий при найме персонала. Для посредников – с выбором рыночной ниши, определением условий оказания услуг и выполняемых работ. Для фрилансеров – с выбором посредников (облачных сервисов) для взаимодействия с заказчиками.

Коммуникативная политика – показатели решения маркетинговых задач, связанных с организацией коммуникаций на рынке труда. Для работодателей – это может быть связано с планированием мероприятий по взаимодействию с целевыми аудиториями и контрагентами. Для посредников – с позиционированием услуг и работ на рынке труда. Для фрилансеров – с формированием собственного имиджа через рейтинг, демонстрацию достижений и отзывы клиентов на облачных сервисах.

На практике маркетинговая политика на рынке труда реализуется различными подразделениями предприятия. **Функция маркетингового подразделения заключается в координации маркетинговых усилий по взаимодействию с рынком труда и организации информационных потоков.** Поэтому особенно важно не просто формировать маркетинговую политику на рынке труда, но и контролировать ее реализацию всеми имеющими к ней отношение подразделениями.

Контроль маркетинговых мероприятий. Объектом контроля в рамках маркетинговой политики на рынке труда является степень и качество выполнения запланированных мероприятий. Контроль осуществляется в двух направлениях: **стратегический контроль** и **оперативный контроль**. Оба направления имеют приоритетное значение для оценки эффективности проводимых мероприятий.

1. **Стратегический контроль** подразумевает контроль взаимодействия с рынком труда и направлен на повышение

эффективности использования ресурсов в ходе достижения запланированных целей. Он основан на сопоставлении фактических и плановых показателей при анализе результатов маркетинговых мероприятий. Контроль проводится по отдельным мероприятиям, целевым аудиториям, подразделениям и территориям, ценовым категориям, временным интервалам и каналам привлечения персонала. Критерием эффективности мероприятий является выполнение плановых заданий.

В процессе стратегического контроля выявляются недостатки в реализации маркетинговых мероприятий и выясняются их причины. Контролируются сроки подбора персонала, условия трудовых сделок и другие параметры, отражающие эффективность проводимых мероприятий. Особое внимание уделяется результативности мероприятий по разным целевым аудиториям. Гораздо реже контроль осуществляется по категориям привлеченного персонала или по отдельным сегментам рынка труда.

2. **Оперативный контроль** подразумевает контроль текущих затрат и соблюдения графика маркетинговых мероприятий. Он также основан на сопоставлении фактических и плановых показателей, но только в процессе проведения маркетинговых мероприятий. Как правило, этот вид контроля выводится за пределы компетенций службы маркетинга и делегируется планово-финансовому подразделению. Оперативный контроль, как правило, осуществляется по ходу реализации отдельных мероприятий. Критерием эффективности при этом служит расходование выделенных ресурсов.

В ходе оперативного контроля выявляется нарушение сроков и перерасход средств при реализации маркетинговых мероприятий. Контролируются сроки подбора и параметры персонала, фактические затраты на организацию труда и другие параметры. Особое внимание уделяется текущей эффективности затрат на привлечение персонала и взаимодействие с посредниками. Основная цель оперативного контроля состоит в том, чтобы вовремя выявить несоответствие плану маркетинга и скорректировать его.

Контроль, основанный на сравнительном анализе маркетинговых показателей, позволяет оценить эффективность прово-

димых мероприятий и оптимально распределить имеющиеся ресурсы предприятия. При этом основным показателем эффективности при любом виде маркетингового контроля остается соотношение маркетинговых затрат и полученного результата в виде дополнительной прибыли, интенсификации труда или сокращения издержек.

Этап II. Общий анализ эффективности маркетинга.

Общий анализ эффективности маркетинга призван оценить результативность маркетинговой политики и связанных с ней стратегий на рынке труда. Предметом этого анализа является степень соответствия предложения труда рыночному спросу. На любом рынке первичен рыночный спрос, а предложение вторично. И рынок труда не является исключением.

Спрос на труд удовлетворяется в условиях рыночной конкуренции, поэтому показатели эффективности маркетинга анализируются в контексте анализа общерыночных показателей. Вне этих показателей оценить эффективность маркетинга затруднительно. Это можно сделать в менеджменте, где мерилом эффективности является соответствие плановым показателям. Но в маркетинге таким мерилом является соответствие требованиям рынка. Например, рост показателя на 15% – неплохой показатель, но если общий прирост рынка по этому показателю составил 20% – тогда это плохо. Или, наоборот, падение показателя на 15% – отличный показатель, когда общее падение рынка по нему составило 20%.

Анализировать эффективность маркетинга можно в статике (на текущий момент) или в динамике (изменение во времени). Главное условие: **эффективность маркетинга определяется во взаимосвязи с конъюнктурой рынка**. Нужно помнить о главном отличии маркетинга от менеджмента: **маркетинг имеет дело не с управлением предприятием (внутренней средой), а с продвижением его торгового предложения на рынок (внешней средой)**. Анализ эффективности маркетинга осуществляется с двух направлений: **анализ конъюнктуры рынка** и **анализ маркетинговой деятельности**. Сопоставление результатов анализа позволяет сделать

вывод о конкурентоспособности на рынке труда, что и является целью общего анализа эффективности маркетинга.

1. **Анализ конъюнктуры рынка труда.** Анализ конъюнктуры рынка труда представляет собой анализ спроса и предложения. Емкость рынка, как отражение платежеспособного спроса на труд, обычно неизменна. В условиях дефицита кадров это означает, что рост эффективности маркетинга у одного участника рынка труда неизбежно связан с ее падением у остальных. Если где-то что-то прибавится, то где-то непременно убавится.

На рынке труда такая ситуация, например, свойственна сегменту высококвалифицированных специалистов, потребность в которых превышает предложение труда. В отношении менее востребованных категорий работников предложение работодателей, наоборот, уступает спросу (отсюда и безработица). Однако, это не означает, что спрос на труд однороден.

Даже у соискателей, претендующих на одну и ту же не очень высоко оплачиваемую вакансию, может быть разный опыт, квалификация, возраст, исполнительность и другие личностные характеристики. Задача работодателя – подобрать наилучшие кадры из имеющихся на рынке, а задача соискателей (исполнителей) – создать о себе представление как о наилучших кандидатах. Каждый из них анализирует ситуацию на рынке труда и запросы противоположной стороны. Поэтому **конъюнктура рынка труда в маркетинге – это не цифра в статистическом сборнике, а конкретное число доступных предложений труда для соискателя вакансий и конкретное число готовых произвести результат труда исполнителей для работодателя.**

Отсюда, фраза *«провести анализ конъюнктуры рынка труда»* означает дать характеристику предложения вполне конкретного труда: кто, что, на каких условиях предлагает (ищет) и т. д. Конъюнктурой в данном случае будет совокупность параметров предложения труда на целевом сегменте рынка. Главное правило: **эффективность маркетинга определяется сперва условиями спроса и рыночной конкуренции, а уже затем – характером маркетинговых мероприятий.** Поэтому анализ эффективности маркетинга начинается с анализа рыночной конъюнктуры, а уже затем анализируется эффективность маркетинга.

2. **Анализ маркетинговой деятельности.** Содержание маркетинговой деятельности вполне можно описать при помощи комплекса маркетинга. Анализ маркетинга при этом сведется к анализу эффективности четырех видов маркетинговой политики на рынке труда: товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной. Однако, кроме комплекса маркетинга и конъюнктуры рынка на маркетинговую деятельность влияет еще один важный фактор – **жизненный цикл труда**, под которым понимается цикл эволюции вида или формы труда: от появления на рынке до утраты рыночного спроса.

Все виды товаров, работ, услуг и технологий имеют свой жизненный цикл, включающий четыре стадии (внедрения на рынок, роста, зрелости и спада). И труд, как устойчивая последовательность действий, приводящих к определенному экономическому результату, тоже имеет свой жизненный цикл. Вот только речь идет не о цикле выполнения каких-либо работ от начала до завершения, а об институциональном цикле существования на рынке труда определенной работы или услуги. Примером могут служить услуги пейджинговой связи (а также труд извозчиков, кузнецов и пр.). Они появились, распространились и сошли на нет с появлением более конкурентоспособных форм и видов труда.

В этом состоит основная особенность жизненного цикла экономических институций – в их основе всегда находится внешние (рыночный спрос), а не внутренние причины. Они появляются как альтернатива менее конкурентоспособным институциям. Затем они развиваются за счет выдавливания устаревших форм с рынка. Потом они захватывают рынок и совершенствуются в попытке его удержать. В завершении цикла на рынке появляется новая альтернатива, вытесняющая их с рынка. И цикл начинается снова.

Содержание маркетинговой деятельности зависит от стадии жизненного цикла труда, а эффективность маркетинга – от соответствия предложения труда ожиданиям рынка. На разных стадиях жизненного цикла эти ожидания связаны с различными критериями оценки конкурентоспособности. Услуга или работа может выполняться на самом высоком уровне, но если ее

жизненный цикл на рынке труда завершился, то спроса на них не будет. Например, услуги «бомбил» (частников, занимающихся нелегальным извозом) стали невостребованными с появлением облачных сервисов (*Uber*, *Яндекс-такси* и др.).

Жизненный цикл труда. Структура жизненного цикла труда формируется под влиянием спроса на его результаты. Конфигурация кривой жизненного цикла может различаться в зависимости от содержания труда и характера рыночного спроса (см. Приложение 9). Это не столь важно. В любом случае жизненный цикл труда начинается с появления на рынке нового предложения, затем происходит рост количества заключаемых сделок и завершающий цикл спад рыночного спроса. Классический **график жизненного цикла труда** выглядит следующим образом (См. Рис. 5):

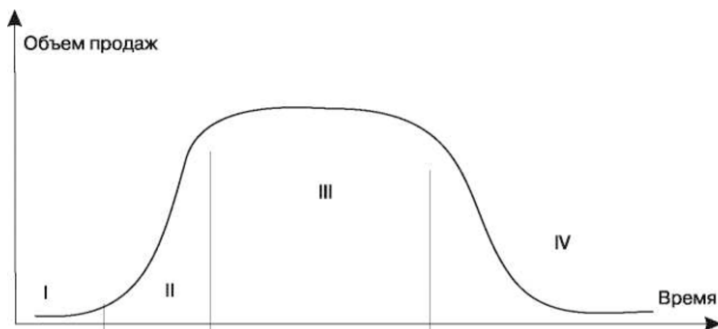


Рис. 5. Стандартный жизненный цикл труда

Жизненный цикл труда содержит четыре стадии, каждая из которых является отправной точкой, формирующей свои критерии оценки маркетинга:

Стадия I. Выведение на рынок — появляется новая форма или вид труда (работ, услуг), не известная прежде заказчикам (покупателям), почти не представленная на рынке труда и мало заметная для конкурентов. Продвижение на этой стадии имеет свои особенности: потенциальным заказчикам объясняется, какую выгоду принесет им новая форма (вид) труда, и какую потребность она сможет удовлетворить.

Любые условия предложения труда воспринимаются рынком как должное. Единственным ограничителем служит объем спроса на осваиваемом сегменте. Поставщик труда (посредник) или исполнитель (работник) сам определяет ценовую или товарную категорию позиционирования труда. Так, еще 10 лет назад работы по созданию сайтов стоили гораздо дороже, чем сегодня, просто потому, что мало кто умел это делать. В ценовой политике продавец труда может воспользоваться любой из четырех основных **ценовых стратегий**.

1. Стратегия интенсивного маркетинга – на труд устанавливается завышенная цена и предусматриваются большие расходы на продвижение. Завышенная цена обеспечивает высокую доходность труда, а затраты на продвижение – увеличивает число коммуникаций. Предпосылки применения этой стратегии:

1) заказчики не осведомлены об особенностях нового вида работ (услуг);

2) работы (услуги) обладают реальными преимуществами на рынке труда;

3) завышенная цена воспринимается рынком как свидетельство высокого качества.

2. Стратегия выборочного проникновения – на труд устанавливается завышенная цена, но затраты на продвижение невелики. Предпосылки применения этой стратегии:

1) небольшая емкость целевого рынка (сегмента рынка) труда;

2) работа (услуга) известна большинству потенциальных заказчиков;

3) завышенная цена не отпугивает потенциальных заказчиков;

4) на целевом рынке (сегменте рынка) труда конкуренция невелика.

3. Стратегия широкого проникновения – на труд устанавливается заниженная цена при высоких затратах на продвижение. Стратегия применима для быстрого освоения целевых рынков и вытеснения с них конкурентов. Предпосылки применения этой стратегии:

1) большая емкость целевого рынка (сегмента рынка) труда;

2) заказчики не обладают полной информацией о продвигаемой работе (услуге):

3) на целевом рынке труда высок уровень конкуренции;

4) организационные издержки снижаются за счет роста числа сделок.

4. Стратегия пассивного маркетинга – на труд устанавливается заниженная цена при низких затратах на его продвижение. Стратегия применяется, когда уровень рыночного спроса на труд определяется ценой труда (работ или услуг). Именно по этой причине к началу 2000-х гг. 80% мировых транснациональных корпораций перенесли свое производство в Китай, превратив его в мировую фабрику. Низкие затраты на покупку и организацию труда в краткосрочной перспективе привели к сверхприбылям западных корпораций, в среднесрочной – к утрате ими контроля над технологиями.

Стадия II. Рост продаж – новая работа или услуга быстро проникают на рынок, доля объемы сделок с ними растут. Новое предложение труда подтверждает свои конкурентные преимущества на рынке труда, маркетинговая активность быстро набирает обороты. Конкуренты сдают рыночные позиции, что вынуждает их форсировать свою маркетинговую деятельность. Если на первой стадии жизненного цикла они не обращали внимания на появление инноваций, то теперь они стремительно теряют заказчиков и пытаются исправить ситуацию. Набор маркетинговых мероприятий в этой ситуации не так уж велик:

– совершенствование предложения труда, его модернизация и закрепление конкурентных преимуществ;

– ускоренное освоение новых целевых сегментов рынка труда;

– упор на «престижную» рекламу для поддержания имиджа.

В рекламной политике основной упор делается на конкурентные преимущества предложения труда. Реклама выполняет информационную функцию, донося маркетинговую информацию до наибольшего числа потенциальных заказчиков. В качестве примера можно привести рекламные кампании облачного сервиса заказов такси *Uber*, по состоянию на май 2017 г. присутствующего в 596 городах 76 стран мира.

Стадия III. Зрелость продаж – насыщение рынка, когда потенциал экстенсивного роста уже исчерпан. Предложение труда утрачивает новизну, становясь обыденным и привычным. Доходы исполнителей стабилизируются и даже снижаются за счет борьбы с конкурентами. Объемы и количество сделок поддерживаются за счет вторичных заказов. В маркетинге упор по-прежнему делается на конкурентные преимущества рыночного предложения, но само предложение приходится постоянно дифференцировать и модифицировать в расчете на привлечение новых категорий клиентов.

Цель маркетинговой деятельности на третьей стадии – как можно дольше удерживать занимаемую долю рынка за счет лидерства в качестве. Однако коридор возможностей постоянно сужается. Потенциальным заказчикам все известно и вызвать дополнительный интерес становится сложно. Для сохранения рынка приходится переходить от совершенствования рыночного предложения к совершенствованию своей деятельности. Например, аутстаффинговые компании, столкнувшись с усилением государственного регулирования и ростом конкуренции на рынке, вынуждены были повысить качество и ассортимент услуг. Это не помогло и сегодня большинство из них перекалифицировались в аутсорсинговые компании.

Стадия IV. Спад продаж – падение числа и объема заключаемых сделок, утрата конкурентоспособности и засилье конкурентов на рынке. Рыночное предложение теряет преимущества в глазах потенциальных клиентов. Это означает, что оно морально и технологически устарело и больше не может конкурировать с предложениями конкурентов. Наиболее эффективным инструментом маркетинговой политики в такой ситуации становятся скидки, но и у них есть предел, задаваемый себестоимостью труда.

Чтобы отсрочить стадию спада, в маркетинге предпринимаются меры по «взбадриванию рынка». В рамках ценовой политики снижается цена для повышения доступности работ и услуг. В рамках сбытовой политики расширяется число посредников, которым предоставляются дополнительные льготы (скидки, отсрочка платежей, бонусы и пр.). В коммуникативной

политике расширяется число коммуникативных каналов и т. д. Внимание потенциальных клиентов акцентируется на преимуществах немедленного заключения сделки («в честь юбилея...», «только два дня...» и т. п.).

На каждом этапе жизненного цикла содержание маркетинговой деятельности синхронизируется с рыночным спросом и конъюнктурой рынка труда. Основное правило: **жизненный цикл труда определяется условиями рыночного спроса, в основе которого лежат потребности клиентов и работодателей.** Эти потребности первичны и неизменны, тогда как способы их удовлетворения постоянно эволюционируют.

Для клиентов (работодателей) труд – не цель, но средство ее достижения, тогда как целью является удовлетворение собственной потребности в результатах труда. Как только появляется более конкурентоспособное предложение на рынке труда (даже принципиально иное по содержанию), прежнее – утрачивает свою привлекательность и вытесняется с рынка. **В итоге выигрывает тот участник рынка труда, который ориентирован не на продажу конкретного труда, а на возмездное удовлетворение с его помощью потребностей клиентов (заказчиков и работодателей).**

Эффективный маркетинг не возможен вне учета внешних условий с одной стороны и внутренних возможностей и потребностей с другой, определяющих содержание сделок на рынке труда. Любые показатели бесполезны, если основанием их анализа не является реакция рынка. Тут нет единых методик, но есть закономерности, определяющие поведение субъектов рынка труда. Понимание этих закономерностей позволяет не только интерпретировать имеющиеся данные, но и прогнозировать изменение рыночной конъюнктуры в будущем.

Опубликовано: *Маркетинг на рынке труда: учебник для вузов.* – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2018. – Гл. 10. – С. 133–144.

Часть 7. Региональная политика занятости (Омская область)

Рынок труда Омской области характеризуется гибкостью, невысоким уровнем официально зарегистрированной безработицы при значительных размерах скрытой незанятости, росте застойной и хронической безработицы, особенно в сельской местности. В самом Омске основная часть безработных имеет высшее и среднее образование. При этом практически каждый второй, не имеющий работы, нуждается в профессиональной переподготовке.

Ситуация усугубляется массовым высвобождением с предприятий оборонно-промышленного комплекса, которые в прежние времена обеспечивали занятость 80% трудоспособного населения. Вместе с тем в агропромышленном комплексе рынок труда пополнился малоквалифицированными кадрами, не имеющими специальности. Как показала микроперепись 1994 года, в сельских районах 38% трудоспособного населения имеют неполное среднее образование, а около 18% не имеют даже начального образования.

Администрация области прилагает определенные усилия с целью компенсации негативных процессов в сфере занятости. Однако часть этих усилий до сих пор носит во многом декларативный характер. Примером этого могут служить ежегодно заключаемые соглашения о социальном партнерстве, не содержащие практически никаких взаимных обязательств, кроме тех, которые стороны и так обязаны выполнять по закону. И Омская область не является здесь исключением – подобная ситуация характерна для всех субъектов Российской Федерации.

Причина отсутствия реальной государственной политики в сфере занятости населения видится не столько в некомпетентности чиновников, сколько в недостаточной проработке методологии обеспечения занятости населения. В самом деле, несогласованность приоритетов деятельности администрации и используемых методик сбора и обработки информации значительно осложняет и без того непростую ситуацию.

В чем же заключаются отмеченные несуразности региональной политики? В основном – это смешение разных, зачастую

противоречивых, интересов. Автором предлагается следующая градация интересов на различных уровнях государственного устройства:

- государственные интересы (федеральный уровень);
- региональные интересы (уровень субъекта Федерации);
- территориальные интересы (уровень органов местного самоуправления);
- корпоративные интересы (уровень хозяйствующих субъектов);
- частные интересы (уровень индивидуальных носителей).

И проблема заключается в том, что на каждом уровне существуют свои объективные потребности и интересы, а есть интересы чужие (или чуждые). Порой очень забавно наблюдать, как представители Омского союза предпринимателей декларируют примат интересов государства и региона над своими частными и корпоративными интересами. Совершенно нормально и естественно то, что для представителей этих структур что называется «своя рубашка ближе к телу».

Ненормально же здесь то, что в совместных соглашениях и документах областной и городской администраций зачастую отсутствуют проявления своих интересов – интересов развития территорий. Проявляется это в отсутствии четких целей и регионального мониторинга по вопросам реформирования трудовых отношений на территории области. Аналогичная ситуация наблюдается и на других уровнях. К примеру, можно выделить следующее:

1. Смещение интересов субъекта Федерации и федерального центра

Здесь нередки случаи, когда вопросы, отнесенные к компетенции федерального центра, пытаются решать региональные органы управления в обход федеральных структур (например, вопросы охраны труда). Результатом является положение, когда сами региональные органы управления объективно не имеют интереса в решении проблемы (в виде налоговых поступлений, экономии расходов и т. д.), а федеральные структуры не имеют в регионе реального влияния на ситуацию. Ре-

зультат – декларативные заявления на региональном уровне и бессилие на уровне федеральном.

2. Противоречивые интересы на региональном уровне

В качестве самого простого примера можно привести недостаточную согласованность деятельности служб, занимающихся проблемами занятости и сельского хозяйства. Противоречие объективное – поддержание убыточных производств (например, в молочной промышленности) сдерживает реструктуризацию и конкурентоспособность отрасли. Но есть и другая сторона – ликвидация убыточных производств на селе способно усугубить и без того катастрофическую ситуацию в сфере занятости. Встает вопрос – что же выгоднее для региона? Чтобы ответить на этот вопрос нужно не только правильно расставить приоритеты, но и отделить затраты на социальную сферу из федерального, регионального и муниципального бюджетов.

3. Противоречивые интересы на региональном и корпоративном уровне

Об этом уже говорилось выше. В качестве примера можно привести ситуацию, когда администрация области совершенно неожиданно для руководства мясокомбината «Омский» передало в доверительное управление свой пакет акций этого предприятия АКБ «Инкомбанк», перечеркнув тем самым во многом планы предприятия (в том числе и по созданию дополнительных рабочих мест).

Можно приводить и другие примеры. И дело даже не в том, что кто-то оказался в определенный момент нравственным, а кто-то нет. Каждый на своем месте решает стоящие перед ним текущие задачи. Трудно требовать от предпринимателей отказа от стремления к получению прибыли ради решения проблем территорий. Точно так же трудно требовать от органов регионального управления спокойно наблюдать приоритетное развитие одних территорий в ущерб другим (город-село).

Каков же выход из создавшегося положения? По-видимому, необходимо предпринять следующее:

1. Выработать и обнародовать четкие приоритеты социально-го развития региона на каждом уровне государственного управления. Критерий здесь один – если речь идет о региональных

Подводя итог вышеизложенному, хочется отметить и то, что термин «*гласная политика в сфере занятости*» далеко не ограничивается одним лишь информированием о проводимых мероприятиях, но подразумевает возможность обратной связи и открытого поведения на всех уровнях государственного регулирования. При этом неременном условии и при условии влияния на региональную политику со стороны низовых уровней можно говорить о действительном учете *различных интересов* при проведении региональной политики в Омской области.

Опубликовано: *Калужский М. А. Региональные интересы и региональная политика в сфере занятости на территории Омской области / Социальный диалог на рынке труда: Мат-лы межрег. науч.-практ. конф. (27–28 апреля 1999 г.). – Омск: Администрация Омской области, 1999. – С. 50–54.*

финансах (доходной или расходной части), то именно эта сфера должна быть объявлена зоной интересов областной администрации. В противном случае, хочется нам того или нет, но мы и дальше будем иметь дело ни с чем не подкрепленными декларациями всеобщей заботы о населении.

2. В соответствии с выработанными критериями оценки ситуации с точки зрения собственных интересов целесообразно выработать новый механизм сбора и обработки статистических данных исходя из региональных интересов. Ни для кого не секрет, что государственная статистика отслеживает ситуацию в том ракурсе, в каком это необходимо для федерального планирования. Для регионального использования необходима совсем другая статистика, и заботиться о её получении должны региональные органы власти и управления.

3. После выработки и обнародования региональных приоритетов в сфере социального развития видится целесообразным резервирование отдельного фонда ресурсов и льгот для оказания материальной поддержки процессу реализации региональных программ на территории Омской области с обязательным их распределением на конкурсной основе.

4. В связи с наблюдающейся реструктуризацией государственного управления в Российской Федерации, а именно с фактической ликвидацией финансовой самостоятельности органов муниципального управления представляется необходимым самое широкое привлечение их представителей к реализации региональной политики занятости. Речь тут идет не о торжественном примирении между разными уровнями интересов, а об объединении этих интересов в новых экономических реалиях.

5. Кроме того, хочется отметить подчас недостаточное привлечение представителей научных организаций и омских вузов к участию в непосредственном распределении ресурсов. Тут есть определенная доля лукавства со стороны региональных властей – на ученых «сваливают» теоретическое обоснование проектов и часть ответственности за их проработанность, но реализуют проекты по-прежнему самостоятельно.

Приложение 1. Распределение удаленной занятости в России

	Международные компании	Российские компании
численность сотрудников в России свыше 500 чел.	13%	19%
численность сотрудников в России 100–500 чел.	5%	25%
численность сотрудников в России до 100 чел.	4%	34%
Итого:	22%	78%

Источник данных: Актуальность удаленной работы для работодателей и профессионалов: исследование Hays в России, 2017. – М.: Hays, 2018. – С. 56.

Приложение 2. Структура удаленной занятости в России

Формы удаленной занятости	%
Удаленная работа с визитом в офис чаще 1 раза в неделю	33
Удаленная работа с визитом в офис не реже 1 раза в неделю	24
Удаленная работа с визитом в офис не чаще 1 раза в месяц	22
Удаленная работа с визитом в офис 1 раза в квартал и реже	21
Работающие на дому один день в неделю	11
Постоянно работающие постоянно на дому	8
Другое	1
Итого:	100

Источник данных: Актуальность удаленной работы для работодателей и профессионалов: исследование Hays в России, 2017. – М.: Hays, 2018. – С. 22.

Библиографический список

1. Конвенция № 181 Международной организации труда «О частных агентствах занятости» [заключена в г. Женеве (Швейцария) 19 июня 1997 г.]. [Электронный ресурс] – М.: НПП «Гарант-сервис», 2018. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM).
2. О занятости населения в Российской Федерации: [закон РФ № 1032–1: принят Верх. Советом РСФСР 19 апр. 1991 г.: ред. 27 дек. 2009 г.]. [Электронный ресурс] – М.: НПП «Гарант-сервис», 2018. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM).
3. Постановление Правительства РФ № 885 от 25.08.2015 г. «Об информационно-аналитической системе «Общероссийская база вакансий “Работа в России”». [Электронный ресурс] – М.: НПП «Гарант-сервис», 2018. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM).
4. Рекомендация № 188 Международной организации труда «О частных агентствах занятости» [принята в г. Женеве (Швейцария) 19 июня 1997 г. на 85-ой сессии Генеральной конференции МОТ]. [Электронный ресурс] – М.: НПП «Гарант-сервис», 2018. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM).
5. Трудовой кодекс Российской Федерации [Федеральный закон № 197-ФЗ: Принят Государственной Думой РФ 21 дек. 2001 г.: ред. 08 авг. 2018 г.]. [Электронный ресурс] – М.: НПП «Гарант-сервис», 2018. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM).
6. Уголовный кодекс Российской Федерации [Федеральный закон № 63-ФЗ: Принят Государственной Думой РФ 24 мая 1996 г.: ред. 29 июля 2018 г.]. [Электронный ресурс] – М.: НПП «Гарант-сервис», 2018. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM).
7. Antal Russia. Исследование рынка труда и обзор заработных плат. Россия, 2016. – М.: Антал, 2017. – 102 с.
8. Азьмук Н. Сущность, особенности и функции цифрового рынка труда // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2015. – № 5 (170). – С. 38–43.
9. Актуальность удаленной работы для работодателей и профессионалов: исследование Haус в России, 2017. – М.: Haус, 2018. – 56 с.

10. Ананских А. А. Сущность рынка труда, эволюция понятия «рынок труда» // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. – 2013. – № 5. – С. 88–91.

11. Аникин Б. А., Рудая И. Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. – М.: Инфра-М, 2009. – 320 с.

12. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 8-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 825 с.

13. Базжина В. А., Цыганкова И. В., Никишина О. Ю. Развитие нестандартных форм занятости в современной России // Российское предпринимательство. – 2014. – № 24 (270). – С. 71–86.

14. Беяева М.Г. Работник и работодатель: теория и практика контрактных отношений. – Самара: СНЦ РАН, 2008. – 310 с.

15. Бергер Э. Дж. Е-коммерция и цепи поставок: ломка прежних границ / Управление цепями поставок: Справочник издательства Gower, 5-е изд. / Под ред. Дж. А. Гатторны. – М.: Инфра-М, 2008. – С. 540–555.

16. Булатова Г. А., Кожевина О. В., Сиротенко М. В. Использование инструментов аутстаффинга при решении институциональных и социальных проблем регулирования заемного труда в регионах России // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 9 (часть 2) – С. 330–333.

17. Быков В. Г. Маркетинговая стратегия регулирования регионального рынка труда. – Иркутск: Байкальский государственный университет, 2000. – 121 с.

18. Ванкевич Е. В. Гибкость рынка труда: единство макро- и микроподходов. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2014. – 198 с.

19. Воловская Н. М. Самостоятельная занятость в России: выживание или свободный выбор? – Новосибирск: НИИХ, 2005. – 300 с.

20. Гапо И. А., Логунова И. И. Инфраструктура рынка труда: сущность, состав и направления развития. – Белгород: Кооперативное образование, 2007. – 216 с.

21. Глаз Ю. А., Салпагаров Р. У. Теоретические аспекты сегментации рынка труда. – Белгород: Белгородский университет кооперации, экономики и права, 2013. – 112 с.

22. Годовой отчёт Yandex N. V. за 2017 год / Раскрытие информации / О компании / Яндекс. – 526 с. – Режим доступа: <https://yandex.ru/company/prospectus>. (дата обращения: 06.06.2018).

23. Голубева Л. Ф. Роль службы занятости в инфраструктуре российского рынка труда. – Тамбов: Тамбовский гос. ун-т им. Г. Р. Державина, 2004. – 249 с.

24. Грицаева О. Н. Маркетинг на рынке труда в условиях новой волны инновационных технологий / Угрозы и перспективы устойчивого социально-экономического развития России: Сб. науч. тр. Института инновационных технологий и государственного управления ФГБОУ ВО «Московский технологический университет». – М.: Спутник, 2017. – С. 151–153.

25. Гуськова И. В. Трансформация рынка труда России. – Нижний Новгород: Нижегородский институт менеджмента и бизнеса, 2010. – 288 с.

26. Далворт М. Социальные сети: руководство по эксплуатации. – М.: Добрая книга, 2010. – 248 с.

27. Дашкова Е. С., Дорохова Н. В. Занятость населения в России: современные тенденции. – Воронеж: Воронежский ЦНТИ, 2013. – 88 с.

28. Дятлов С. А., Марьяненко В. П., Селищева Т. А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование. – М.: Инфра-М, 2015. – 414 с.

29. Есипов А. С. Заемный труд и дистанционная занятость: новые вызовы для регулирования социально-трудовых отношений // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2011. – № 2. – С. 145–152.

30. Закалюжная Н. В. Заемный труд и неустойчивая занятость: российский и зарубежный опыт // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2015. – № 4. – С. 116–128.

31. Золин И. Е. Рынок труда в национальной экономике (теоретико-методологические аспекты) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 38 (275). – С. 45–55.

32. Исследование рынка труда и обзор заработных плат в России. 2017 / HAYS: Recruiting Experts worldwide. – Moscow, 2018. – 257 с. – Режим доступа: <https://www.hays.ru/исследование-Hays/Salary-Guide/index.htm> (дата обращения: 06.06.2018).

33. Кабалина В. И. Козина И. М. Государственные и частные службы занятости на рынке труда. – М.: РОСПЭН, 2000. – 174 с.

34. Казанник А. И. Научная организация управленческого труда в государственных и муниципальных учреждениях России. – Омск: Омский дом печати, 2004. – 400 с.

35. Калужский М. А. Особенности экзогенного подхода к интерпретации институциональных циклов // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 6 (357). – С. 34–45.

36. Калужский М. А. Системный подход, самоорганизация и цикличность в институциональной экономической теории // Омский научный вестник. – 2012. – № 5 (112). – С. 88–92.

37. Камарова Т. А. Перспективы развития аутстаффинга на рынке труда / Достойный труд – основа стабильного общества: Сб. ст. VII Межд. науч.-практ. конф. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2015. – С. 77–82.

38. Капелюшников Р. И. Неформальная занятость в России: что говорят альтернативные определения? / Сер. WP3/2012/04 Препринт. Серия WP3. Проблемы рынка труда. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – 83 с.

39. Капелюшников Р. И. Российский рынок труда сквозь призму предпринимательских опросов. – М.: ИМЭМО, 2006. – 75 с.

40. Капелюшников Р. И. Российский рынок труда: адаптация без реструктуризации. – М.: НИУ ВШЭ, 2001. – 309 с.

41. Карлова А. В. Заемный труд и формы его функционирования // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2015. – № 2. – С. 16–20.

42. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

43. Кветной Л. М. Дистанционная занятость в XXI веке. – М.: АКС Пресс, 2008. – 153 с.
44. Козина И. М. Заемный труд: социальные аспекты // Социологические исследования. – 2008. – № 11. – С. 3–12.
45. Козина И. М. Люди заёмного труда: социальный состав и характеристики работы // Экономическая социология. – 2012. – Т. 13. – № 5. – С. 18–33.
46. Козина И. М. Работники заемного труда // Социологические исследования. – 2013. – № 5. – С. 19–31.
47. Колосова Р. П., Медведева Т. А. Социально-трудовые отношения в сетевой экономике // Вестник МГУ. Серия 6. Экономика. – 2015. – № 5. – С. 89–103.
48. Колосова Р. П., Разумова Т. О., Луданик М. В. Формы занятости населения в инновационной экономике. – М.: МАКС Пресс, 2008. – 256 с.
49. Кот В. В., Стрельченко Е. А. Механизмы адаптации российского рынка труда к императивам нестабильной экономики. – Ростов-на-Дону: ИП Беспмятнов С. В., 2016. – 81 с.
50. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 14-е изд. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
51. Коуз Р. Фирма, рынок и право. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с.
52. Крылова Е. Б. Социально-экономические механизмы трансформации рынка труда и занятости под влиянием развития малого предпринимательства. – М.: Национальный институт бизнеса, 2008. – 292 с.
53. Кубишин Е. С. Неформальный рынок труда России. – М.: Московский социально-экономический институт, 2013. – 235 с.
54. Куксова О. Д. Развитие нестандартных форм занятости // Вестник ТвГУ. Серия «Экономика и управление». – 2017. – № 2. – С. 195–199.
55. Мазин А. Л. Российский рынок труда: институциональные и микроэкономические аспекты функционирования. – Нижний Новгород: НИМБ, 2003. – 359 с.

56. Малоун Т. У. Труд в новом столетии. Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь. – М.: Олимп-Бизнес, 2006. – 272 с.

57. Маслова Е. В. Нестандартные формы занятости в условиях современного молодежного рынка труда. – Воронеж: ВГУ, 2017. – 198 с.

58. Маслова С., Бараненкова Т. А., Кубишин Е. С. Неформальная занятость в России: тенденции развития и неоднозначность социального эффекта. – М.: Институт экономики РАН, 2004. – 121 с.

59. Материалы Статкомитета СНГ. Рынок труда // Общество и экономика. – 2016. – № 5. – С. 113–123.

60. Мерко А. И. Виртуальная занятость как инструмент преодоления кризисных явлений на российском рынке // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2010. – № 2. – С. 5–10.

61. Метлин С. В., Щелкунова С. А., Купряева М. Н. Повышение эффективности взаимодействия внешнего и внутреннего рынка труда. – М.: НИПКЦ «Восход-А», 2010. – 152 с.

62. Михайлов А. Ю. Неформальная занятость на российском рынке труда // Науковедение: Интернет-журнал. – 2015. – Том 7. – № 4. – 9 с. – DOI: 10.15862/116EVN415.

63. Никифорова А. А. Рынок труда: занятость и безработица. – М.: Международные отношения, 1991. – 184 с.

64. Новый В., Рожков Р., Белавин П. Viadeo унесла данные с собой // Газета Коммерсантъ. – № 202 (5952). – 30.10.2016. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3131042>.

65. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.

66. Одегов Ю. Г., Павлова В. В. Трансформация труда: 6-ой технологический уклад, цифровая экономика и тренды изменения занятости // Уровень жизни населения регионов России. – 2017. – № 4 (206). – С. 19–25.

67. Патласов О. Ю. Маркетинговое управление рынком труда. 2-е изд. – Омск: ОмГАУ, 2006. – 944 с.

68. Портер М. Э. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.

80. Сотникова С. И. Мотивация карьеры: ценности, цели, стимулы // Мотивация и оплата труда. – 2014. – № 3. – С. 162–176.

81. Стребков Д. О., Шевчук А. В. Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров). – М.: НИУ ВШЭ, 2009. – 74 с.

82. Геличева Е. Г., Смирнов Б. В. Институционализация рынка труда в России. – Хабаровск: Тихоокеан. гос. ун-т, 2005. – 175 с.

83. Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новая форма ведения бизнеса в XXI веке. – М.: Добрая книга, 2005. – 296 с.

84. Филинов В. П., Погодина О. Н., Лунева Е. В. Сегментирование рынка труда Российской Федерации / Инновационная деятельность: настоящее и будущее: Сб. науч. тр. – Тверь: Тверской государственной университет, 2016. – С. 40–45.

85. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. – М.: Вильямс, 2002. – 176 с.

86. Хохлова М. Г. Нестандартная занятость на международном рынке труда / Социально-трудовые исследования. – М.: НИИ МЭиМО, 2009. – С. 44–49.

87. Цыганков В. А. Кадровая политика организации в условиях экономической нестабильности // Бизнес. Образование. Право. – 2015. – № 4 (33). – С. 40–43.

88. Цыганков В. А. Трудовой потенциал: условия эффективного использования // Человек и труд. – 2006. – № 12. – С. 40–43.

89. Цыганков В. А. Эволюция подходов к оценке эффективности труда в современной экономике // Бизнес. Образование. Право. – 2014. – № 1 (26). – С. 110–112.

90. Цыганкова И. В. Виртуальная занятость – форма занятости будущего // Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность. – 2018. – № 2. – С. 128–132.

91. Цыганкова И. В. Нестандартная занятость и качество трудовой жизни молодежи. – М.: Экономика, 2008. – 253 с.

69. Потуданская В. Ф., Комаров О. К., Алифер Е. О. Отечественный и зарубежный опыт формирования затрат на рабочую силу // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 7. – С. 889–900.

70. Потуданская В. Ф., Мокрецова А. В. Классификация нестандартных форм занятости // Бизнес. Образование. Право. – 2012. – № 1. – С. 75–79.

71. Ромащенко Т. Д., Шляхтова Л. М. Рынок труда в информационной экономике: теория, методология, эволюция. – Воронеж: Ин-т менеджмента, маркетинга и финансов, 2008. – 174 с.

72. Российский рынок труда: тенденции, институты, структурные изменения. / Под ред. В. Гимпельсона, Р. Капелюшникова и С. Рощина. – М.: Центр стратегических разработок, 2017. – 148 с.

73. Россия: неформальная занятость как новый феномен: макроэкономический обзор / Центр макроэкономических исследований (ЦМИ). – 27.02.2014. – М.: Сбербанк России, 2014. – 10 с.

74. Рынок труда: реакция на кризис (по материалам зарубежных стран) / Под ред. Ф. Э. Бурджалова, Е. Ш. Гонтмахера. – М.: ИМЭМО РАН, 2011. – 185 с.

75. Садовая Е. С. Международные стандарты в сфере труда: институты и механизмы реализации (опыт развитых стран и России). – М.: ИМЭМО РАН, 2013. – 205 с.

76. Синяев В. В. Маркетинг аутсорсинга – функция менеджмента современной компании: проблемы, теория, практика. – М.: Дашков и К, 2015. – 208 с.

77. Скрёбков Д., Шевчук А. Электронная самозанятость в России // Вопросы экономики. – 2011. – № 10. – С. 91–112.

78. Смоляков Н. В. Структурно-функциональный анализ рынка труда. – Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2003. – 33 с.

79. Сотникова С. И. Бенчмаркинг персонала: опыт, проблемы, перспективы // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2009. – № 3. – С. 4–11.

92. Цыганкова И. В. Телетруд как одна из форм нестандартной занятости работников (опыт ФРГ) // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2008. – № 1 (20). – С. 57–59.
93. Чернопятов А. М. Маркетинг персонала. – Raleigh (USA): Lulu Press, 2016. – 265 с.
94. Шакиров Н., Гиздатуллин Н., Алексеев Е. Сегментирование рынка труда // Маркетинг. – 2009. – № 4. – С. 105–111.
95. Шелкова Н. Ю. Социально-экономические издержки трансформации системы занятости. – Иркутск: БГУЭП, 2003. – 186 с.
96. Широков Ю. Контрактное производство: за и против // Современная электроника. – 2005. – № 5. – С. 4–6.
97. Эзер А. Будущее трудовой сферы: гибкость и эффективность виртуального труда // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. – 2018. – № 2. – С. 133–136.
98. Bensman D. Globalization and the labor markets of the logistics industry / Sloan Industries Studies Conference (1–2 May 2008). – Boston (MA), paper presentation. – 17 p.
99. Bonacich E., Hamilton G. G. Global Logistics, Global Labor. / Hamilton G. G. (ed.), Senauer B. (ed.), Petrovic M. (ed.) The Market Makers: How Retailers are Reshaping the Global Economy. – New York: Oxford University Press, 2011. – P. 211–230.
100. Bonacich E., Wilson J. B. Getting the goods: ports, labor, and the logistics revolution. – Ithaca (NY): Cornell University Press, 2008. – 273 p.
101. Coyle J. J., Bardi E. J., Langley C. J. The Management of Business Logistics: A Supply Chain Perspective. 7th ed. – Mason: South-Western College Pub, 2003. – 707 p.
102. Doeringer P., Piore M. J. Internal labor markets and manpower analysis. – Oxford: Routledge, 1985. – 248 p.
103. Heywood J. B. The Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness. – London, Financial Times/ Prentice Hall, 2001. – 224 p.
104. Huber P. Regional labor market developments in transition. – Washington: World Bank, 2006. – 40 p.

105. Maslow A. H. A Theory of Human Motivation // Psychological Review. – 1943. – № 50 (4). – P. 370–396.

106. Non-standard employment around the world: Understanding challenges, shaping prospects. International Labour Office. – Geneva: ILO, 2016. – 396 p.

107. Wind J., Rangaswamy A. Customerization: The Next Revolution in Mass Customization // Journal of Interactive Marketing. – 2001. – № 15 (1). – P. 13–32.

108. Working anytime, anywhere: The effects on the world of work. Joint ILO-Eurofound report. – Geneva: ILO, 2017. – 80 p.

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ и переработка:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
 2. Диссертации и научные работы
 3. Школьные задания
- Онлайн-консультации
Любая тематика, в том числе ТЕХНИКА
Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -

На сайте электронной библиотеки по экономике и праву
www.учебники.информ2000.рф.

Михаил Леонидович Калужский

Сетевой рынок труда

Монография

Ответственный редактор *А. Иванова*
Верстальщик *С. Лобанова*

Сдано в набор: 01.09.2018
Подписано в печать: 12.10.2018
Формат 70x100/16
Печ. л. 7,625
Тираж 1000

Издательство «Директ-Медиа»
117342, Москва, ул. Обручева, 34/63, стр. 1
Тел./факс + 7 (495) 334-72-11
E-mail: manager@directmedia.ru
www.biblioclub.ru
www.directmedia.ru