

# **РЕКРЕМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В АНТИКРИЗИСНОЙ ПОЛИТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Бажин А.С., Овчинников А.С., Светайло Р.В.**

**Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток**

Реструктуризация предприятия в целях преодоления кризисной ситуации содержит в своей основе совокупность макро- и микроэкономических стабилизационных факторов, среди которых немаловажное значение следует придавать антикризисной стратегической маркетинговой политике.

Процесс антикризисных изменений в структуре предприятия закономерно должен содержать взвешенную и обоснованную деятельность по преодолению тех негативных причин, которые привели предприятие к кризисной ситуации.

Одной из таких основных причин, наряду с общей сложной переходной экономической ситуацией в стране, непродуманной финансовой политикой на предприятии, просчетами в менеджменте и организации персонала, отсутствием механизмов контроллинга и рядом некоторых других причин, является игнорирование стратегического планирования деятельности предприятия в целом, и отсутствие стратегических маркетинговых планов на предприятии как особая причина.

Как показывает практика, за редким исключением, предприятия слабо используют в своей деятельности всего мощного конструктивного комплекса мер, именуемого в зарубежной и отечественной экономической литературе стратегическим маркетингом персонала. Положение о необходимости использования стратегического маркетинга персонала является не маловажным во всей теории маркетинга. Следствием неиспользования стратегического маркетинга персонала в текущей деятельности предприятия является неизбежность кризисного состояния предприятия и всех тех негативных явлений, которые закономерно возникают при игнорировании стратегического маркетинга вообще, и которые пытаются разрешить практические работники, в частности, на кризисных предприятиях Приморского края.

Однако необходимо обратить внимание на тот факт, что руководство каждого предприятия, даже при полном отсутствии знаний маркетинга, для обеспечения жизнедеятельности системы «интуитивно» использует его основные приемы и правила.

Сказанное в полной мере относится и к стратегическому планированию трудовых ресурсов вообще, и к стратегической маркетинговой политике развития персонала как ключевому звену в данной политике. Для обеспечения жизнедеятельности каждое предприятие хотя бы первоначально в большой или меньшей степени присматривается к рынку, чтобы уяснить, много ли на нем конкурентов, аналогичной продукции, благоприятна ли внешняя среда, влияющая на хозяйственные процессы, и разрешает некоторые другие аналогичные вопросы, без которых невозможно функционирование хозяйствующего субъекта в любой сфере деятельности. Благоприятное стечение обстоятельств и внимание к таким факторам в начале хозяйственной деятельности позволяют предприятиям успешно освоить новые производственные процессы.

Актуальность проблемы регулирования обеспечения производства трудовыми ресурсами с высокой степенью эффективности, неотложность и трудность решения данного вопроса привели к тому, что с 70 -х годов XX столетия стала оформляться в особую область научных знаний дисциплина по „сквозному управлению потоками различных видов ресурсов, названная рекрематикой.

Формирование рыночного предложения труда в экономике зависит от численности населения страны, численности экономически активного населения и количества часов труда, предлагаемых на рынке. Главным фактором, определяющим экономическую активность населения, является удовлетворение или неудовлетворение потребностей человека, в результате его производственной деятельности. Соответственно при формировании и управлении трудовыми ресурсами следует рассматривать этот процесс в единой системе сквозного потока ресурсообеспечения.

Рекрематический подход представляет собой в широком смысле слова,

научное направление обеспечения трудовыми ресурсами, основанное и на изучении спроса на рабочую силу, что показывает тесную связь рекрематики с маркетингом.

Важнейшими функциями рекрематических систем являются:

- разработка общей концепции рекрематики;
- выбор необходимой формы продвижения трудовых ресурсов;
- сбор и обработка необходимой информации;
- обеспечение соответствия ресурсного потока заказам.

Главной глобальной задачей в рекрематике считают достижение максимального эффекта с минимумом затрат в условиях нестабильности обновленного рынка. Совокупный эффект от применения рекрематического подхода в управлении трудовыми ресурсами характеризуется следующими принципами:

- ориентирование производства на рынок;
- налаживание партнерских отношений между участниками рекрематической цепи;
- оптимизация всех видов резервов рабочей силы;
- повышение качества продукции;
- снижение ресурсных потерь;
- улучшение использования материально-технической базы.

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод, что создание всложных экономических условиях рекрематических систем в будущем становится главным направлением развития организационных структур в экономике, что позволит стать источником их прибылей, через удовлетворение потребностей конкретного человека и общества в целом и позволит избежать кризиса в экономике.

**25 августа 2014 г.**