

*Воргунова В.Р.,  
Студент 4 курс,  
направление «Менеджмент»  
Финансовый Университет при Правительстве РФ  
Россия, г. Краснодар*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММЫ АУТПЛЕЙСМЕНТА В РОССИИ**

***Аннотация:** В статье рассматривается одна из самых современных технологий управления персоналом - аутплейсмент, которая в настоящее время практически не используется в России. Также в данной статье были рассмотрены основные его особенности, функции, проблемы и перспективы применения в данной стране. Проводится сравнение аутплейсмента, который используется за рубежом и в России.*

***Ключевые слова:** аутплейсмент, сокращение персонала, кадровые агентства, работодатель, трудоустройство.*

***Abstract:** The article deals with one of the most modern technologies of personnel management - outplacement, which is currently practically not used in Russia. Also in this article its main features, functions, problems and prospects of application in this country were considered. The comparison of outplacement, which is used abroad and in Russia, is carried out.*

***Key words:** outplacement, staff reduction, recruitment agencies, employer, employment.*

В условиях развития инновационной экономики необходимо изменить отношение к главной производительной силе общества – человеку. Человеческие ресурсы предприятия являются одними из наиболее ценных ресурсов, и поэтому они требуют особого внимания и тщательного обдуманного подхода, а также

постоянного мониторинга. Объективная потребность в таком виде развития вызывает необходимость в разработке новой концепции работы с человеческими ресурсами. Современная экономика предполагает необходимость освоения различных инновационных способов организации работы с персоналом.

На Западе уже есть технологии, которые позволяют компаниям получать выгоду, расставаясь с сотрудниками, но они ещё не так популярны в России. Но именно россияне, которые лишились своей работы, могут передавать корпоративную информацию, брать в отместку с собой данные и файлы с конфиденциальными документами и клиентской базой, а также обращаться в трудовую инспекцию с заявлением, что им выплачивается заработная плата «в конверте»[2].

Для компаний существует способ застраховать себя от неприятностей, связанных с увольнениями, – это аутплейсмент. В переводе с английского «outplacement» означает «трудоустройство уволенных», но понятие это гораздо шире. Аутплейсмент – это комплекс мер, направленных на сглаживание негативных последствий увольнения работников, в том числе психологическая поддержка и консультирование уволенных сотрудников, помощь в их дальнейшей работе за счет бывшего работодателя. Эта практика сокращения сотрудников все еще редко используется в России, её называют "мягким увольнением". Услуги аутплейсмента предоставляются специализированными агентствами по подбору персонала и рекрутинговыми агентствами, а также самой компанией при наличии соответствующих специалистов и средств.

Впервые аутплейсмент появился в Соединенных Штатах во время Второй Мировой войны, когда возникла необходимость вернуть ветеранов к тем видам деятельности, которыми они занимались до войны. В 1970–1980-х годах на Западе он оказался в центре внимания из-за кризиса занятости, наиболее активно приобретенного в 90-х годах.

В настоящее время в США данной услугой пользуются до 80% фирм, и она указывается в трудовом договоре, в Японии – до 30%, а в Европе – 15–20% фирм

облегчают своим сотрудникам расставание с привычным местом работы и поиск новой [2].

Согласно опросу, проведенному в 2009 году Американской ассоциацией менеджмента и Институтом корпоративной производительности, более двух третей из 265 американских работодателей за последние два года предложили своим сотрудникам увольнение по средней цене в 4,5 доллара. В то же время средняя стоимость размещения представителей высшего руководства (топ менеджмента) составила 7,5 тысячи долларов, линейных менеджеров - 3,7 тысячи долларов, работников средней квалификации - 2,6 тысячи долларов, работников с почасовой оплатой труда - 1,4 тысячи долларов [3].

Только спустя кризис 1998 года стало известно о существовании аутплейсмента на территории России. Данный период времени характеризовался массовыми сокращениями штата крупнейших организаций и фирм. Западные страны отличались тем, что там подобные услуги были очень востребованы и высокооплачиваемы. А Россия характеризовалась нежеланием руководителей оплачивать данную услугу, поэтому увольнение проводило по обыкновенной схеме, а иногда и с множеством нарушений. Однако сейчас применение услуги аутплейсмента продолжает свое развитие.

В России первыми, кто стал применять аутплейсмент являются такие компании, как Manpower и DBMInc, а также российское кадровое агентство «Анкор».

Приведем примеры применения аутплейсмента:

1. При покупке завода «Новомосковскбытхим» Procter&Gamble потратила на аутплейсмент около 1 миллиона долларов, высвободив при этом порядка 1 тысячи человек. Procter&Gamble с помощью австрийского кадрового агентства OBS открыла центр переподготовки кадров «Старт», который занимался переобучением и трудоустройством уволенных.

2. В связи с закрытием одного из предприятий Группы Danone – Петербургской кондитерской фабрики «Чок энд Роллс» - компанией «Прогресс-Инфо» был реализован масштабный проект аутплейсмента персонала.

3. В 2003 г. инвестиционная компания «Росбилдинг» основала центр трудоустройства. За два года компания через центр трудоустроила около 4000 человек. В целом на деятельность центра компания потратила более 60 млн руб.

4. Изменения, которые проходили в РАО «ЕЭС», сопровождались использованием аутплейсмента, что помогло избежать социальной напряженности и дало уволенным работникам возможность получить новую специальность или новую работу

5. В связи с реконструкцией оборудования, компания МГТС была вынуждена уволить часть сотрудников с использованием внутреннего аутплейсмента.

Чаще всего, к аутплейсменту обращаются компании, территориально расположенные в крупных мегаполисах (Москва и Санкт-Петербург). Так, для сравнения, услуги аутплейсмента в Москве предоставляют 29 компаний, в Санкт-Петербурге - 13 компаний, в Нижнем Новгороде-7 компаний, в Екатеринбурге-4 компании, в Тюмени - 3 компании[3].

Согласно статистике, 60% компаний не используют аутплейсмент, 11% хотели бы рассмотреть данный метод и его структуру.

Остальные компании, как правило, используют аутплейсмент только для ограниченного числа своих сотрудников: топ-менеджеров, лиц, которые обладают определенной информацией и допущены к коммерческой тайне, или лиц, которые занимаются бизнес-идеями. Из всех 29% компаний, которые пользуются услугами аутплейсмента, лишь только 2% используют его в качестве устоявшейся практики для всех сотрудников без исключения, и для них трудоустройство является частью поддержки их репутации и преимуществ при найме на работу [1].

В условиях развития инновационной экономики можно сказать, что у аутплейсмента есть довольно широкие перспективы. Использование этой технологии позволяет уменьшить компенсационные выплаты при увольнении, поддерживать имидж компании в глазах партнеров и действующих сотрудников, повысить лояльность увольняющихся сотрудников с целью предотвращения

утечки конфиденциальной информации, а также позволяет снизить возможные расходы в связи с разрешением правовых споров между сторонами.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что в России потенциал аутплейсмента персонала не используется в полной мере. Работодатель участвует в поиске работы для уволенного сотрудника в основном через государственную службу занятости, эффективность деятельности которой находится не на самом высоком уровне.

Более широкое применение аутплейсмента позволит организациям реализовать свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивости, что, в свою очередь, повысит доверие общества, сотрудников и клиентов к компании, и в результате - конкурентоспособность бизнеса.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Воробьева М.А. Проблемы применения инновационного менеджмента на предприятиях Краснодарского края // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства: Материалы II международной научно-практической конференции, 2016. –С. 133-134.

2. Константиныди Х.А., Воробьева М.А., Рубин А.Г. Развитие маркетингового потенциала как фактора повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности региона // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2015. – № 1 (155). – С. 97-102.

3. Левадная Д.С. ВЫСВОБОЖДЕНИЕ ПЕРСОНАЛА И АУТПЛЕЙСМЕНТ КАК СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ЕГО ВИД // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. LXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 5(65). URL: [https://sibac.info/archive/economy/5\(65\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/5(65).pdf) (дата обращения: 04.03.2019)