

Проанализировав развитие конкуренции на рынке информационных технологий, были выделены следующие особенности конкурентных действий:

1. Слияние компаний.
2. Заключение соглашений с крупными компаниями.
3. Ценовая политика.
4. Поглощение (фирма выкупает другую фирму).
5. Масштабирование компании. Чем больше запросов, тем лучше можно «отточить» свой продукт.
6. Диверсификация направлений бизнеса.
7. Борьба за высококвалифицированных сотрудников.
8. Создание продукта, максимально удовлетворяющего требованиям пользователя: закрытие «боли» клиента, удобство использования.
9. Перехват трафика (реклама).
10. «Купить время».
11. Штрафные санкции.

Список используемых источников:

1. https://www.jstor.org/stable/23015552?seq=1#page_scan_tab_contents
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Конкуренция>
3. https://www.researchgate.net/publication/220079452_Information_Technology_Network_Structure_and_Competitive_Action
4. <https://timreview.ca/article/57>

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУТПЛЕЙСМЕНТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Папян Д.Д.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Орлова Е.И. -- старший преподаватель

Давно не новое для Запада слово «аутплейсмент» звучит сегодня для Беларуси свежо и актуально. Кризис значительно увеличил количество увольняемых, обострил все связанные с этим проблемы. Всерьез озадаченные работодатели пытаются найти максимально безболезненный для обеих сторон выход из положения – ведь зачастую сокращать персонал приходится не из-за его некомпетентности, халатности, а просто потому, что нужно сокращать штат. Наиболее дальновидные или опытные руководители обращаются к опыту зарубежных коллег – внедряют в компании «этикет красивого расставания». Иначе говоря, аутплейсмент – процедура, позволяющую решить вышеназванную проблему.

Массовое высвобождение персонала представляет большую угрозу в том числе и нам – в скором будущем молодым специалистам. Из этого и вытекает потребность моей работы, целью которой я ставлю проанализировать процесс аутплейсмента и выдвинуть рекомендацию по внедрению аутплейсмента в РБ.

На Западе эта услуга широко распространена, существуют агентства, занимающиеся исключительно аутплейсментом. В России спрос на эту услугу появился сравнительно недавно. После кризиса 1998 г. многие крупные предприятия вынуждены сокращать персонал, обращаясь в кадровые агентства с просьбой помочь трудоустроить своих сотрудников. Первые компании, которые предоставили данную услугу, стали западные компании Mapower и DBM Inc. По сегодняшний день, аутплейсмент в России достаточно редкое явление, которое встречается в крупных городах, таких как Санкт-Петербург и Москва.

Если говорить об использовании аутплейсмента в нашей стране, то эта услуга в большинстве случаев не входит в перечень услуг, предоставляемых консалтинговыми агентствами Беларуси, так как применение аутплейсмента пока не стало активной практикой белорусских организаций, и спрос на данную услугу практически отсутствует.

Я считаю, что проблема внедрения аутплейсмента в Беларуси состоит в недостаточной компетенции компаний в этом вопросе и достаточно высокой стоимости самой процедуры аутплейсмента. Моя гипотеза состоит в том, что, если решить данные проблемы, аутплейсмент сможет стать вполне обычной услугой на белорусском рынке.

Таким образом, моя работа будет иметь практический смысл, поскольку ее результат позволит упростить ситуацию высвобождения работников и сделать саму процедуру максимально комфортной как для работников, так и для работодателей.

Вообще, определений аутплейсмента насчитываются десятки: «программа адаптации сокращенных сотрудников», «комплекс мероприятий, направленных на оказание помощи сокра-

ценным сотрудникам в трудоустройстве», «форма расторжения трудового договора между предприятиями и работниками, предусматривающая привлечение специализированных организаций в целях оказания заинтересованным лицам помощи при трудоустройстве» и множество других. Объединяет эти определения одно: в основе каждого – желание облегчить уволенному сотруднику жизнь. В идеале – найти ему новое место работы.

В общих чертах программа аутплейсмента предполагает помощь работодателя в следующих вопросах:

1) Предоставление рекомендательных писем на кандидата, положительных устных отзывов.

2) Оценка компетенций работника, анализ его потенциала (ассесмент).

3) Помощь в составлении резюме, сопроводительного письма, подготовке к собеседованию, HR-консультации по вопросам развития карьеры, по вопросам трудового законодательства.

4) Профессиональное обучение и переподготовка.

5) Поиск подходящих для кандидата вакансий, размещение резюме в интернете, контактирование с кадровыми агентствами, центрами занятости, кадровыми службами потенциально подходящих работодателей.

Следовательно, программа аутплейсмента предполагает оказание посильной помощи увольняемым сотрудникам в поиске новой работы, но не гарантирует их дальнейшего трудоустройства. Что должно мотивировать работников также прилагать со своей стороны усилия в решении этой проблемы. Также аутплейсмент направлен на сохранение благоприятного климата в организации без ущерба для ее репутации.

Однако, главным преимуществом аутплейсмента является именно финансовая выгода. Организация при увольнении сотрудника сталкивается со следующими прямыми издержками: затраты, определяемые законодательными актами или установленными отдельным договором нормами (согласно Закону Республики Беларусь «О занятости населения» от 15 июня 2006 г.), лицам, высвобожденным из предприятий в связи с осуществлением мероприятий по сокращению численности работников, выплачивается выходное пособие в размере не менее трехкратного среднемесячного заработка; расходы, понесенные в связи с улаживанием правовых разногласий между сторонами (судебные иски); потери производительности труда в период времени, предшествующего фактическому увольнению, и в период вработываемости нового сотрудника; затраты, связанные с перестройкой рабочего процесса, перегруппировкой сотрудников.

Если организация использует аутплейсмент, это позволяет избежать затрат на социальные нужды, предотвратить резкое падение производительности труда, особенно в случае сокращения штатов, вызванного ощущением нестабильности среди сотрудников, избежать негативной рекламы, сформировать позитивный имидж организации.

Стоимость аутплейсмента для компании может быть разной, в зависимости от его типа (массовый или индивидуальный), от специальности сотрудника, от редкости его профессии и т.д. Чаще всего на индивидуальный аутплейсмент ведущих специалистов и топ-менеджеров выделяется 15-20% от годового дохода работника, на аутплейсмент сотрудников среднего и низшего звена – 10-15%. Массовый аутплейсмент будет стоить компании, в основном, 5-10% от годового дохода каждого из увольняемых работников.

Моя рекомендация белорусским компаниям состоит в том, что следует начинать свое знакомство с аутплейсментом именно с массового аутплейсмента, поскольку он финансово доступен и приносит действительно поразительный результат.

Список использованных источников:

1. О занятости населения Республики Беларусь: Закон Республики Беларусь, 15 июня 2006 г., № 125-3 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2006.

2. Аутплейсмент // Электронный ресурс // Режим доступа: <http://www.kwadrat.by/hr/articles/57> //

3. Зенович Ю.М. Аутплейсмент в системе управления персоналом // Электронный ресурс // Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/64675/1/Zenovchik._21_22.pdf

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ГОСПОДСТВА ИНФОРМАЦИОННЫХ МОНОПОЛИЙ

Борисевич К.П., Олиферович Н.М.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*