

АУТПЛЕЙСМЕНТ ЯК МЕТОД СПРИЯННЯ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЮ ЗВІЛЬНЕНИМ ПРАЦІВНИКАМ

Звільнення працівників – досить поширене явище на підприємстві. Іноді люди пізно усвідомлюють хибне обрання професії, тому декларують свій намір залишити робоче місце. Але частіше за інше працівників звільняють через різні обставини самі роботодавці. Хтось це робить жорстко і прямолінійно, рішуче повідомляючи підлеглого про подальшу незаінтересованість у використанні послуг його робочої сили, хтось – із збереженням хороших взаємовідносин із колишнім працівником навіть поза звичним виробничим середовищем.

Аутплейсмент (з англ. мови *outplacement* – „працевлаштування звільнених працівників”) представляє собою комплекс заходів, спрямованих на згладжування негативних наслідків звільнення співробітників.

До аутплейсменту частіше вдаються в зв'язку зі скороченням штатів при злитті, закритті чи реструктуризації компанії. При цьому аутплейсмент найчастіше застосовують західні компанії, що включають його до елементів власної корпоративної культури.

Сучасний аутплейсмент стосується в основному кваліфікованих працівників апарату управління – топ-менеджерів або менеджерів середньої ланки. Використовуючи аутплейсмент, роботодавці не тільки страхують себе від виникнення можливих неприємностей, пов'язаних із звільненням працівників, але й зберігають хорошу думку про себе у колишніх працівників.

Основною причиною використання програм аутплейсменту співробітників є бажання уникнути стресових ситуацій як для самих працівників, так і для роботодавців. Працівникам важливо бути впевненими, що вони після звільнення будуть гарантовано та у короткі строки працевлаштовані на новому робочому місці. Роботодавці ж прагнуть зберегти хорошу репутацію як „колишнього роботодавця”. До того ж ця послуга для компаній обходиться в 5–10 разів дешевше, ніж виплата компенсацій при звільненні працівників, що, у свою чергу, може досягати 2–4 середньомісячних заробітних плат.

Для компаній аутплейсмент вигідний ще й тому, що їхні колишні співробітники гарантовано не переходять до прямих конкурентів: у 60–70 % випадків за умов аутплейсменту роботодавці обговорюють умови працевлаштування колишніх співробітників із рекрутерами, застерігаючи їх від сприяння працевлаштуванню працівників у своїх конкурентів. Також, підтримуючи добрі відносини, менеджмент зберігає можливість і надалі вдаватися за допомогою до своїх колишніх співробітників, повертаючи їх назад.

Результати дослідження Economist Intelligence Unit вказують, що великими компаніями „людський фактор” оцінюється як головний ризик, який загрожує їхньому бізнесу. Звільнення співробітників нерідко приносить масу проблем:

- можливе розголошення комерційної таємниці, що здатне завдати колосальних збитків інноваційному виробництву;
- поширюється негативна інформація про колишнього роботодавця;
- колишні працівники звертаються до інспекторів із питань регулювання сфери зайнятості з заявами про факти отримання у минулому заробітної плати „у конверті”.

А раз так – необхідно заздалегідь подбати про те, щоб звільнення працівника не стало загрозою бізнесу. В зв'язку з цим аутплейсмент дозволяє:

- уникнути соціальних виплат;
- негативної реклами;
- сформувати позитивний образ у очах потенційних партнерів.

У пакет послуг із аутплейсменту можуть входити:

- консультація в психолога;
- оцінювання професійних знань і навичок працівника;
- аналіз ситуації на місцевому ринку праці;
- підготовка індивідуальних планів із пошуку роботи;
- забезпечення консультаційної підтримки в режимі on-line;
- складання професійного резюме та здійснення його розсилки потенційним роботодавцям і провідним рекрутинговим агентствам.

Фахівці сприяють у працевлаштуванні звільнених співробітників, забезпечують безболісне розставання з компанією, допомагаючи знайти роботу та зберігаючи репутацію й комерційну таємницю фірми-замовника. Для прикладу, в Італії, працівнику, який звільняється, навіть надають спеціальний кабінет, куди він щоранку приходив як на роботу. Співробітників дають можливість користуватися факсом, електронною поштою, Internet для швидкого працевлаштування та навіть надають особистого секретаря для психологічної розрядки.

„Класичний” аутплейсмент на Заході передбачає твердо гарантоване працевлаштування. При цьому обумовлюються терміни переходу кандидата в нову компанію, а також його майбутня заробітна плата й мінімальний склад компенсаційного пакету.

Вітчизняний ринок праці та можливості служб персоналу українських підприємств диктують свої умови для реалізації ідей аутплейсменту. Аутплейсментом найчастіше користуються міжнародні корпорації. Часто менеджер з персоналу самостійно проводить аутплейсмент. Але пошук нового місця роботи знову-таки залишається в руках самого співробітника. Нерідко, навіть якщо роботодавець і замовляє цю послугу, його більше турбує не працевлаштування колишнього співробітника, а „виховна бесіда” з людиною, яка дозволить уникнути судових розглядів щодо взаємних претензій в майбутньому.

Програму аутплейсменту можна умовно розділити на дві частини:

- аналітичну;
- практичну.

Перша частина програми аутплейсменту має на увазі аналіз ринку праці, визначення вартості пошукача вакансії на ринку праці, розробку плану подальших дій з пошуку роботи, навчання технологіям пошуку роботи. Друга частина – це мерчандайзинг, або безпосереднє представлення кандидата компаніям-роботодавцям.

У будь-якому випадку програма аутплейсменту не дає 100 % гарантії працевлаштування на підходящих умовах і у короткий строк, так як багато залежить від самого пошукача. Агентство допомагає йому зорієнтуватися на ринку праці, об'єктивно себе оцінити та навчитися правильно позиціонувати свою робочу силу.

Варто зазначити, що стандартна програма аутплейсменту розрахована не більше ніж на один рік. Такий термін цілком достатній для якісного працевлаштування на ринку праці. За цей період людина звикає до пошуку роботи, починає вести себе впевненіше, розуміє своє місце та вартість на ринку праці. Але в більшості випадків пошукач вакансії, готовий до нового працевлаштування, влаштовується за більш короткий термін. Якщо ж за рік позитивних зрушень не спостерігається – справа в психологічній настанові пошукача вакансії.

Отже, у підсумку можемо відзначити, що головна проблема більшості людей, які потрапляють під програму аутплейсменту, – неготовність до звільнення. А відтак, і неготовність до подальшого пошуку роботи. Зрозуміло, що технології, які використовуються в програмі, претенденти можуть застосовувати й самостійно. Але багато хто з них просто не вміє професійно просувати себе на ринку праці. Втім, якщо людина не бажає вчитися, результату не буде – програма дає ефект, тільки коли людина сама хоче підготуватися до пошуку роботи і знайти її. А просте працевлаштування часто безглузде, так як непідготовлений кандидат не може зацікавити собою роботодавця на інтерв'ю, а в майбутньому – успішно витримати випробувальний термін.