

Следующая проблема характерна для сельскохозяйственных предприятий, летних кафе и магазинов розничной торговли. Для сельского хозяйства погода – переменный и неконтролируемый фактор, от которого и будут зависеть показатели его активной деятельности. А в случае с магазинами и летними кафе получение прибыли обуславливается наличием большого потока людей в теплые сезоны, а также за счет небольшой конкуренции. В сезон эти субъекты успешно функционируют, принося прибыль. В холодные сезоны поток людей уменьшается и это сказывается на спросе и, соответственно, прибыли, а издержки в виде аренды, зарплат сотрудникам или налога остаются, что может привести к убыткам.

Решением может выступить регулирование этих издержек посредством найма сезонных работников. На практике найти квалифицированного работника в депрессивной местности – большая проблема. Следовательно, решить вопрос с сезонным наймом можно только после решения проблемы с недостатком квалифицированных кадров в той самой местности. Со стороны государства на объекты сезонного бизнеса можно сделать минимальную ставку налогообложения исходя из сложившейся экономической ситуации.

Таким образом, на данный момент государство пытается решать проблемы, связанные с малым бизнесом, и уделяет этому большое внимание, так как он является основным субъектом рыночной экономики и, по словам председателя БСП Александра Калинина, его доля в экспорте на данный момент весьма значительна и составляет «30 с лишним процентов». Малый бизнес очень перспективен, а значит, проблемы с ним важны для государства и будут со временем решаться.

АУТПЛЕЙСМЕНТ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

В. А. Шкала

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. П. Пономаренко

В современных условиях работодатели, как никогда прежде, озабочены поиском новых методов антикризисного управления человеческими ресурсами. Это обусловлено тем, что в период кризисных явлений в экономике они вынуждены увольнять работников в связи с ликвидацией организации, а также при проведении мероприятий по сокращению численности или штата работников. Процесс увольнения является неприятным событием не только для увольняемых сотрудников, но и для трудового коллектива и руководства организации.

Одним из инструментов, позволяющих сделать процесс увольнения сотрудников наиболее щадящим и гуманным, уменьшить риск юридических осложнений и сохранить позитивный имидж организации, является аутплейсмент. Аутплейсмент – практическая помощь кандидату в поиске нового места работы, подготовка к предстоящим собеседованиям, консультирование о состоянии рынка труда, реальная оценка шансов конкретного кандидата [1, с. 113].

Классическая схема аутплейсмента предполагает выбор консультанта (внешнего или внутреннего). Внешний аутплейсмент проводится кадровыми агентствами. Менее изученным является внутренний аутплейсмент, осуществляемый организацией-работодателем.

Различают четыре вида аутплейсмента: открытый, закрытый, массовый и индивидуальный [2, с. 87]. Открытым аутплейсментом считается процесс, когда все «про-

зрачно», т. е. услуга по предоставлению помощи в трудоустройстве сотрудника, который покидает организацию, осуществляется открыто. Закрытый аутплейсмент, как правило, применяется в отношении высокопоставленных сотрудников, которых увольнять напрямую опасно, так как они могут навредить организации, уйдя к конкурентам, или запросить значительную компенсацию. В этом случае для кандидата, от которого по каким-то причинам хотят избавиться (но он ничего не должен об этом знать), готовится несколько интересных предложений по трудоустройству, от которых он не сможет отказаться. В итоге сотрудник сам с радостью уходит из организации на новую работу.

Массовый аутплейсмент предполагает трудоустройство большой группы увольняемых сотрудников. Он требует больших финансовых затрат, поэтому его могут позволить себе только крупные организации. Под индивидуальным аутплейсментом подразумевается трудоустройство менеджеров и специалистов высшей квалификации по индивидуальной программе.

Стандартная программа аутплейсмента рассчитана не более чем на один год. Такой срок вполне достаточен для качественного трудоустройства. За этот период человек привыкает к поиску работы, начинает вести себя увереннее, понимает свое место и стоимость на рынке. В общем виде выделяют четыре основных этапа аутплейсмента.

На *первом этапе* аутплейсмента необходимо провести консультацию по вопросам карьеры, которая включает оценку соискателя и составление индивидуального плана трудоустройства, так как часто тот, кто вынужден искать новую работу, плохо ориентируется на рынке труда и не знает реальной стоимости своего труда на рынке. На этом этапе проводят тестирование, анализ навыков и способностей соискателя, а также определяют каналы, которые будут задействованы для выхода на потенциальных работодателей.

Второй этап – подготовка резюме. Примерно 80 % кандидатов не попадают на собеседование именно из-за того, что резюме не заинтересовало потенциальных работодателей. В этом случае консультант помогает правильно расставить акценты, составить несколько вариантов резюме, тщательно отшлифовать его. В результате эффективность резюме повышается в 3–4 раза и, соответственно, шансы соискателя увеличиваются с 20 до 80 %.

Третий этап – время активного продвижения. Информация о кандидате размещается на сайте в Интернете, и резюме рассылается работодателям, не имеющим заключенного с агентством договора о подборе, но разместившим объявление о подобной вакансии. Таким образом, резюме продвигаемых кандидатов первыми попадают на стол к работодателю, что повышает шансы на успех.

Последний этап связан с психологической поддержкой. Известие об увольнении – сильный стресс, который может усугубиться в дальнейшем и психологически надломить человека, поэтому при аутплейсменте разбор полетов просто необходим. Для этого с уволенным встречается консультант.

Преимущества применения аутплейсмента для организаций и работников представлены в таблице.

Преимущества от использования аутплейсмента для работников и работодателей

Преимущества аутплейсмента для работников	Преимущества аутплейсмента для работодателей
<ul style="list-style-type: none"> • Грамотное оформление резюме. • Определение спектра вакансий, совместимых с профессиональными и личными качествами. • Разработка алгоритма поиска работы, уточнение направленности усилий (когда и куда отправлять резюме, где размещать его в Интернете и СМИ). • Проведение тренинга по прохождению собеседования в потенциальных организациях-работодателях. • Обучение самостоятельным методам поиска работы и знакомство с сайтами по трудоустройству. • Подготовка и предоставление рекомендательного письма. • Оказание психологической поддержки 	<ul style="list-style-type: none"> • Поддержание имиджа организации как работодателя, заботящегося о своих сотрудниках. • Возможность возобновить трудовые отношения с бывшим работником, когда ситуация в организации изменится. • Избежание (или их минимизация) репутационного риска, связанного с распространением уволенным персоналом негативных отзывов о своем прошлом работодателе. • Поддержание рабочей атмосферы и производительности труда в коллективе (аутплейсмент позволяет предотвратить резкое падение производительности из-за ощущения нестабильности у оставшихся сотрудников)

Наряду с достоинствами аутплейсмент имеет и недостатки как для организации, так и для увольняемых работников. Во-первых, в проведение аутплейсмента организациям необходимо вкладывать денежные средства, порой весьма существенные. Поэтому часто они не пользуются услугами сторонних фирм, а справляются своими силами. Во-вторых, мероприятия по трудоустройству могут затянуться на длительный срок и в итоге принести убытки и организации, и работникам. В-третьих, нет точных гарантий, что уволенному сотруднику консультант аутплейсмента сможет найти хорошую работу.

На сегодняшний день в Республике Беларусь услуги аутплейсмента (в рамках сервиса «Кадровый консалтинг») оказывает представительство корпорации ManpowerGroup в Беларуси, которое было открыто в 2005 г. Клиентами ManpowerGroup являются ведущие белорусские и транснациональные компании [3]. Однако распространение аутплейсмента в Беларуси имеет определенные проблемы, связанные с отсутствием законодательной базы (процедура аутплейсмента не прописана в белорусском законодательстве). Более того, далеко не каждая организация в нашей стране готова финансировать полный цикл аутплейсмента, включая 100%-ное трудоустройство, особенно при массовых увольнениях, а именно такой уровень позволяет извлечь из аутплейсмента максимальную выгоду.

Таким образом, использование программы аутплейсмента имеет определенные преимущества для уволенных сотрудников и для организации. Так, процедура аутплейсмента включает комплекс мероприятий, создающих увольняемому благоприятные условия выхода из организации с минимальным ущербом для собственных интересов. Положительный эффект от применения аутплейсмента для организации состоит в поддержании ее имиджа, так как она демонстрирует, что несет ответственность за своих работников. Положительный эффект от «мягкого» увольнения в масштабах государства проявляется в повышении занятости населения, снижении напряженности на рынке труда.

Литература

1. Долженкова, Ю. В. Аутплейсмент как инструмент антикризисного управления / Ю. В. Долженкова // Вестн. Омского ун-та. Сер. «Экономика». – 2011. – № 3. – С. 112–118.
2. Доморников, А. Н. Методы увольнения или «Аутплейсмент» / А. Н. Доморников // Символ науки. – 2016. – № 12. – С. 87–89.
3. Официальный сайт ManpowerGroup. – Режим доступа: <https://manpowergroup.ru/about-us/>. – Дата доступа: 22.11.2019.

СИСТЕМА НАЛОГОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**Т. В. Скаржевская, А. П. Панцевич***Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель И. В. Ермонина

Налоги, как и вся налоговая система, являются мощным инструментом управления экономикой в условиях рынка. От того, насколько правильно построена система налогообложения, зависит эффективное функционирование всей национальной экономики.

Налоговая система – совокупность налогов, сборов и пошлин, взимаемых на территории государства с целью создания фонда финансовых ресурсов, систему принципов, способов, форм и методов их взимания [1].

Налоговая система государства формируется согласно его общественно-политическому устройству, конечным целям экономической политики.

Структурными элементами налоговой системы являются:

- государство в лице своих законодательных и исполнительных (в частности, налоговых и иных контролирующих) органов;
- субъектов налогообложения, т. е. плательщиков;
- объектов – под ними понимаются конкретные основания возникновения обязанности уплачивать налоги [1].

Построение системы налогообложения основывается на следующих принципах:

- единства и равенства – что означает существование единой и одинаковой для всех плательщиков стратегии налогообложения, вне зависимости от формы собственности, источников получения дохода и иных обстоятельств;
- стабильности – гарантирует неизменность правил налогообложения в течение длительного периода;
- безопасности – не допускает установления налогов, способных поставить под угрозу нормальное функционирование экономической, производственной, налоговой и иных систем общества;
- пропорциональности – предполагает, что плательщики принимают участие в финансировании госрасходов через уплату налогов соразмерно получаемым доходам. Этот принцип не всегда применяется буквально, процентное соотношение доходов и налогов для малообеспеченных граждан может быть более щадящим по сравнению с более богатыми;
- определенности — предполагает, что размер, время и способ уплаты налога заранее точно известны плательщику, не допускается нечеткое или произвольное толкование правил налогообложения;
- удобства — подразумевается, что налог будет взиматься в удобный для плательщика период, например, после получения дохода;
- экономической эффективности – система налогообложения призвана оказывать стимулирующее воздействие на общее состояние экономической системы, ее стабильность и развитие [1].