

УДК 378.018.43
DOI: 10.26140/anip-2020-0902-0034

ОБУЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И СОТРУДНИКОВ КОМПАНИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

© 2020
AuthorID: 448794
SPIN: 7563-3025

Татаринов Константин Анатольевич, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Менеджмент, маркетинг и сервис»
Ленский Иван Александрович, магистрант кафедры
«Менеджмент, маркетинг и сервис»
Байкальский государственный университет
(664003, Россия, Иркутск, улица Ленина, 11, e-mail: iv.lenskiy@mail.ru)

Аннотация. Предпринимательство – это вектор социально-экономического развития, осуществляющий ускорение экономического роста и помогающий бороться с неофициальной занятостью и безработицей. Для успешной предпринимательской деятельности имеет значение наличие знаний в области налогообложения, маркетинга, права, ценообразования и т.д. Особенно остро вопрос по специальным знаниям стоит перед представителями малого бизнеса, которые реализуют бизнес-идею впервые и не имеют экономических и юридических познаний. Это в большинстве случаев сказывается отрицательно на качестве ведения микробизнеса. Поэтому необходимо обладать хотя бы базовыми компетенциями, которые помогут определить рыночную нишу, степень конкуренции, барьеры входа, наладить лидогенерацию и создать продуктовую линейку. Наряду с традиционными экономическими дисциплинами предпринимателям важны знания по планированию развития не только на внутреннем, но и на внешнем рынках, по закреплению на рынке, по кооперированию малых предприятий друг с другом. Обучение руководителей и сотрудников малого бизнеса оказывает достаточно сильное влияние на развитие российского предпринимательства. В статье был сделан вывод о том, что для развития компетенций, необходимых предпринимателю, должны применяться разнообразные интерактивные методики и технологии.

Ключевые слова: обучение предпринимательству, дополнительное профессиональное образование, малый бизнес, предпринимательские компетенции, предпринимательская активность, конкурентоспособность бизнеса, современные технологии обучения предпринимательству, бизнес-тренер, качество учебных программ, мотивация сотрудников к обучению.

TRAINING ENTREPRENEURS AND EMPLOYEES OF SMALL BUSINESS COMPANIES

© 2020

Tatarinov Konstantin Anatolyevich, Candidate of Economics, Associate Professor,
Department of Management, Marketing and Service
Lensky Ivan Alexandrovich, undergraduate of the department
Management, Marketing and Service
Baikal State University
(664003, Russia, Irkutsk, street Lenina 11, e-mail: iv.lenskiy@mail.ru)

Abstract. Entrepreneurship is a vector of socio-economic development, accelerating economic growth and helping to combat informal employment and unemployment. For successful business activities, knowledge of taxation, marketing, law, pricing, etc. is important. The problem of special knowledge is especially acute for small business representatives who implement a business idea for the first time and do not have economic and legal knowledge. In most cases, this affects the quality of microbusiness operations. Therefore, it is necessary to have at least basic competencies that will help determine a market niche, degree of competition, entry barriers, establish lead generation and create a product line. Along with traditional economic disciplines, entrepreneurs are also interested in knowledge of development planning not only in the domestic but also in foreign markets, in securing the market, and in cooperating small enterprises with each other. The training of managers and employees of small businesses is having a rather strong impact on the development of Russian entrepreneurship. The article concluded that for the development of competencies required by the entrepreneur, a variety of interactive methods and technologies should be applied.

Keywords: entrepreneurship training, additional professional education, small business, entrepreneurial competencies, entrepreneurial activity, business competitiveness, modern technologies of entrepreneurship training, a business coach, the quality of training programs, employee motivation to learn.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Важной задачей руководящего состава малых предприятий является обеспечение сотрудников необходимой квалификацией и подготовка их к выполнению новых функций в будущем [1]. Это требует создание действенной системы обучения, аналогично той, которой располагают крупные организации. Однако в линейной структуре управления малым бизнесом на менеджеров возложен слишком широкий спектр обязанностей и отсутствует бюджет на повышение квалификации подчинённых [2].

К образовательным, кадровым и управленческим проблемам малого бизнеса, которые можно решить самостоятельно, автор относит:

1. Низкий уровень российской предпринимательской культуры.

2. Ограниченный доступ к деловым информационным материалам.

3. Незнание современных методов управления со-

трудниками [3].

4. Недостаточный уровень навыков поиска, получения и использования информации из внешней среды.

5. Низкий уровень использования IT-инструментов.

6. Высокая текучесть высококлассных специалистов.

7. Отсутствие желания у сотрудников и самих предпринимателей повышать свой образовательный уровень.

8. Практически отсутствует система академического образования для малого бизнеса.

Наиболее часто учёные для устранения упомянутых выше барьеров упоминают внедрение электронного обучения с использованием интерактивных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) [4]. Методы получения «горящих» практических знаний и «точно во время» посредством IT-обучения особенно полезны предпринимателям из высококонкурентных отраслей экономики (розничная торговля, общепит и бытовые услуги).

Анализ последних исследований и публикаций, в ко-

торых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранних частей общей проблемы. За последние годы в научных статьях, посвященных обучению предпринимателей и сотрудников малого бизнеса, появилось несколько исследований, описывающих проблемы его развития. Вопросами дополнительного профессионального обучения в малом бизнесе занимались такие ученые, как: А.С. Зайцева, Д.Ф. Барсукова, Р.Р. Яруллин, Т.В. Гурунян, Е.М. Рождественская, Е.Ю. Орлова, С.И. Королева, Т.Б. Серебровская, Т.Р. Терешкина, С.В. Терещенко, И.М. Буслаева, Ю.И. Бушенева, Ю.Н. Стецюнич, А.Ф. Шуплецов, Ю.А. Скоробогатова.

Зайцева А.С. выделяет несколько причин в недостаточности знаний у предпринимателей: быстрая потеря актуальности знаний, отсутствие базового бизнес-образования, не готовность тратить время на обучение [5]. Д.Ф. Барсукова говорит об «абстрактности» программ обучения предпринимательству в высших учебных заведениях, не имеющих отношения к реальной предпринимательской деятельности [6]. Яруллин Р.Р. предлагает для поддержки предпринимателей создать виртуальную сеть консультационных центров с господдержкой [7]. Гурунян Т.В., Рождественская Е.М. указывают на перспективность компетентностного подхода к обучению сотрудников малого бизнеса, а именно на развитие креативности, коммуникации, критического мышления и кооперации [8]. Орлова Е.Ю. предлагает повышать квалификацию сотрудникам и руководителям малого бизнеса бесплатно, через массовые открытые онлайн-курсы на платформах Coursera, Future Learn, «Лекториум» и т.д. [9]. Королева С.И., Серебровская Т.Б. говорят о прямой зависимости между уровнем предпринимательской активности и соответствующим образованием и считают главной задачей в обучении предпринимателей – это помочь им преодолеть начальный этап развития [10]. Терешкина Т.Р., Терещенко С.В. предлагают использовать метод TAMS (Teams development as a measure for sustainability) для отработки профессиональных умений и навыков при обучении предпринимательству [11]. Буслаева И.М. отвергает «знанийный» подход в обучении и предлагает сосредоточиться на практико-ориентированном подходе, где идея реально воплощается в предпринимательском проекте [12]. Бушенева Ю.И., Стецюнич Ю.Н. считают, что учить предпринимательству нужно через привлечение предпринимательского сообщества для проведения публичных открытых занятий [13]. Шуплецов А.Ф., Скоробогатова Ю.А. отмечают, что инвестиции в обучение важно делить на две части: на собственно образовательный процесс и на его эффективное обслуживание (покупка дидактических материалов и технических средств) [14].

Формирование целей статьи (постановка задания). Цель статьи заключается в определении условий эффективного дополнительного профессионального обучения в малом бизнесе. Для этого необходимо выделить несколько этапов обучения и охарактеризовать каждый из них.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. В общем информационном поле предприниматели постоянно слышат об инновационной экономике, основанной на знаниях, но образовательный рынок ещё не адаптировал свои предложения для этого сектора экономики [15-20]. Хорошо адаптированное к потребностям малых предприятий и их сотрудников обучение достигает поставленных образовательных целей и является экономически оправданным. Существует тесная связь между конкурентоспособностью и качеством интеллектуальных ресурсов компании. Поэтому предпринимателям нужны образовательные инструменты для повышения компетентности и себя, и своих сотрудников.

С одной стороны, принудительное обучение приводит к девальвации компетенций работников и к осла-

блению позиции в условиях растущей конкуренции. С другой, компания может динамично развиваться только в том случае, если уровень компетенций сотрудников выше текущих потребностей. Групповые практические семинары, психологические тренинги, коучинг, консультации и электронное обучение дают сотрудникам широкие возможности повышать свой квалификационный уровень [21]. Тем не менее, просто тратить деньги на обучение ради обучения – это расточительство, искусство состоит в том, чтобы инвестировать в образование сотрудников так, чтобы расходы окупались в ближайшем будущем. Начиная предприниматели не утруждают себя анализом потребностей в обучении и предварительной оценкой тренингов, считая это непродуктивными затратами времени и денежных средств, и тем самым упускают возможность для роста и развития своей компании.

Дополнительное профессиональное обучение – это систематический и хорошо спланированный процесс, позволяющий сотрудникам приобретать знания, умения и навыки, необходимые им для выполнения профессиональных обязанностей [22]. Обучение в этом контексте рассматривается как инвестиции в персонал, которые, как ожидается, повысят стандарты работы с клиентами, поставщиками и другими контактными аудиториями и помогут решить насущные проблемы, существующие в компании.

Автор предлагает разделить процесс обучения сотрудников малого бизнеса на несколько этапов:

1. Первоначальные ожидания предпринимателя и представление от обучающих компаний.
2. Анализ потребностей в обучении сотрудников.
3. Определение целей повышения квалификации.
4. Учебный дизайн образовательной программы.
5. Проведение традиционного и/или электронного обучения.
6. Отчет о проведенном обучении сотрудников.
7. Социально-экономическая и психологическая оценка эффекта от обучения.
8. Подведение итогов всего образовательного процесса.

Первый этап, на котором предприниматель и обучающие компании информируют друг друга о взаимных ожиданиях и принимают или отвергают дальнейшее сотрудничество не распространяется на бизнесы, в которых используются только внутренние бизнес-тренеры.

Если предварительная договоренность достигнута, то тренеры вместе с руководством компании выявляют те компетенции сотрудников (разрыв в компетенциях), развитие которых существенно повлияет на эффективность их работы. Анализ потребностей в обучении помогает определить наиболее эффективные способы их удовлетворения. Обучение не является панацеей от всех бед, и как раз может только усугубить проблему в компании. Например, если низкие объемы продаж обусловлены непривлекательной системой мотивации, то обучение менеджеров по продажам эффективным «холодным звонкам» только повысит текучесть ценных кадров. Этот пример характеризует одну из ситуаций, когда инвестиции в обучение работников малого бизнеса без скрупулезного анализа потребностей могут привести к бездумной трате времени и денег. Выявление потребностей в обучении состоит в сборе информации от руководителей подразделений и непосредственно от сотрудников и анализе фактов. Только тогда можно говорить о том, подходит ли тренинг той области, в которой были выявлены проблемы. Руководитель малого бизнеса должен участвовать в учебном процессе уже на подготовительном этапе, потому что он может найти лучшее применение для новых компетенций сотрудников, проактивно реагировать на низкое качество учебных программ и оказывать влияние на бюджет обучения. Линейные менеджеры часто избегают участвовать в учебных мероприятиях, потому что расходы на это

вычитаются из премиального фонда их подразделения. А ведь именно они могут лучше всех знать, чему нужно обучить сотрудников [23, 27].

На следующем этапе устанавливаются общие и конкретные цели обучения и разрабатываются пути их достижения. Использование широко распространённого метода SMART позволяет легко оценить степень достижения конкретной цели. С точки зрения классического менеджмента цель должна быть выражена в количественном, качественном и временном выражении, достижима и полностью принята людьми, которые будут её достигать. Конкретность понимания цели – это однозначность и отсутствие свободной интерпретации. Например, в соответствии с этим критерием, цель – «после обучения стажёры смогут оперативно и без ошибок работать в новой версии бухгалтерской программы» является приемлемой. Измеримость цели – это наличие меры, чтобы оценить степень её достижения. При невозможности определить количественные критерии, необходимо искать явно выраженные качественные. Например, качественный критерий может быть сформулирован «после обучения торговый представитель получит точные знания об ассортименте продуктов питания, предлагаемом компанией-дистрибутором». Руководство компании-дистрибутора может легко проверить, действительно ли сотрудник, прошедший обучение знает, что предлагает его фирма. Реалистичность – это выполнимость цели и в тоже время цель в отношении возможностей человека или команды не должна быть слишком легкой. Примером нереалистичной цели является «участники мастер-класса в течение шести часов получат устойчивые навыки телефонных переговоров с поставщиками по вопросу снижения закупочной цены». Рациональность цели связана с жизненно важными интересами компании и иерархически занимает первое место. Например, тренинг по речевым оборотам не повысит квалификацию сотрудникам, которые не взаимодействуют с клиентами. Цели также должны иметь четко определенный временной период и на каждом этапе мониторинг по их достижению позволит совершить корректирующие действия. Неконтролируемая задержка в реализации образовательной программы может повлиять негативно на социально-психологический климат в компании. Например, растягивание тренинговых занятий нарушают рабочий график и приводят к конфликтам между сотрудниками. Тренер должен проводить обучение в строгом соответствии с временным графиком, установленным вместе с работодателем.

Этап учебного дизайна предусматривает разработку образовательной программы, назначения инструкторов и выработку соответствующих методов обучения.

Процесс обучения зависит от выявленных потребностей и поставленных целей. Особенностью обучения взрослых является то, что сотрудники не будут учиться, если они с самого начала не поймут: какие выгоды им принесёт обучение. Поэтому следует начинать с объяснения целей и задач домашних практических заданий, а уже затем переходить к лекционному теоретическому материалу. Кроме того, у людей разное восприятие информации, поэтому тренеру целесообразно будет совмещать разные форматы обучения (аудио- и видеоматериалы, печатные материалы, геймифицированный процесс достижения учебных целей, групповая динамика и т.д.) [24]. Глубина учебного материала должна соответствовать уровню развития профессиональных навыков обучающихся. Участники тренинга обычно очень строго и критично оценивают навыки обучения у преподавателя, поэтому опытные тренеры знают, что если в первых минутах не получится создать творческую атмосферу, то потом будет очень сложно убедить сотрудников, что эти занятия принесут пользу и им, и компании. Компании малого бизнеса не могут себе позволить собственных бизнес-тренеров. Внутренний тренер проводит тренинги в крупных компаниях для поддержания требуемых стан-

дартов работы, хорошо знает специфику отрасли и гибко планирует учебные занятия. Однако, повторяя одно и то же несколько раз, они попадают в рутину и уже не объективны в оценки потребностей компании в обучении. Внешний бизнес-тренер получает опыт в разных компаниях, которые работают в разных отраслях и имеют разную организационную культуру. У него отсутствует бизнес-зависимость от предпринимателя, и он воспринимается персоналом как человек, говорящий всегда правду в лицо, и намного быстрее завоевывает доверие у сотрудников. Однако его влияние на закрепление навыков, полученных сотрудниками в ходе тренинга, ограничено по времени.

Дальнейшим этапом является подготовка тренером отчёта об обучении, в котором содержатся предложения, комментарии, мнения и средний балл.

Этап завершения учебного процесса – это оценка полезности и экономической эффективности деятельности бизнес-тренера по отношению к заявленным целям. Оценка позволяет выявить сильные и слабые стороны учебного процесса и определить, какие сотрудники извлекли выгоду из программы (чему они научились и как изменился их подход к работе), а какие ничего полезного не получили. Оценка играет двойную роль, в первом случае она помогает улучшить подобное обучение в будущем, а во втором – играет мотивирующую роль для сотрудников, от которых были получены положительные отзывы и конструктивные предложения по улучшению процесса обучения. Очень важно на заключительном этапе провести анализ прямых бизнес-эффектов, чтобы точно, например, утверждать, что этот тренинг повышает маржинальность бизнеса, скажем на 7-12% [25].

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Вне зависимости от размеров бизнеса, каждое дополнительное профессиональное обучение должно повышать конкурентоспособность компании и развивать у сотрудников профессиональные качества. Предпринимателю стоит искать золотую середину между расходами на обучение и финансовыми выгодами от него. Идеальный план обучения сотрудников, рассчитанный на 2-3 года, связан с кадровой политикой и реализуемой стратегией [26]. Он должен включать источники денежных средств на обучение и перспективные направления повышения квалификации сотрудников. В компаниях малого бизнеса точное и долгосрочное планирование не всегда возможно. Однако предпринимателю не стоит полагаться на «колесо фортуны», поскольку даже самая маленькая фирма может извлечь ценность из хорошо составленного плана обучения [27]. Также стоит направлять сотрудников на образовательные курсы и тренинги, субсидируемые структурами и выдающимися предпринимателями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Баева О.Н. Оценка участия руководителей в дополнительном профессиональном образовании на основе данных статистических наблюдений // О.Н. Баева // Известия Байкальского государственного университета. – 2016. – Т. 26, № 6. – С. 980–986. – DOI: 10.17150/2500-2759.2016.26(6).980-986.
2. Якимов Е. М. К вопросу о фундаментальности предпринимательской деятельности как научной категории // Е. М. Якимов // Baikal Research Journal. – 2018. – Т. 9, № 1. – DOI : 10.17150/2411-6262.2018.9(1).1.
3. Светник Т.В. Управление эффективностью бизнеса на стадии интенсивного роста малого предприятия / Т.В. Светник, Е.В. Федюкович // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2014. – № 4. – С. 133-143.
4. Красноярцева О.В. Новые медиаплатформы: принципы функционирования и классификация / О.В. Красноярцева // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – Т. 5, № 1. – С. 45–57. – DOI : 10.17150/2308-6203.2016.5(1).45-57.
5. Зайцева А.С. Обучение ведению бизнеса как форма поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства / А.С. Зайцева // Инновации и инвестиции. – 2018. – № 7. – С. 278-281.
6. Барсукова Д.Ф. Взаимодействие преподавателей и студентов в процессе развития молодежного предпринимательства в университетской среде / Д.Ф. Барсукова // Балтийский гуманитарный журнал. – 2018. – Т. 7. – № 2 (23). – С. 201-203.
7. Яруллин Р.Р. Договорные взаимоотношения между субъекта-

- ми предпринимательской деятельности / Р.Р. Яруллин // Балтийский гуманитарный журнал. – 2018. – Т. 7. – № 3 (24). – С. 376-378.
8. Гурунян Т.В. Предпринимательство как динамическая компетенция: модели обучения / Т.В. Гурунян, Е.М. Рождественская // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13. – № 9. – С. 1731-1748.
9. Орлова Е.Ю. Использование возможностей массовых открытых онлайн-курсов для обучения студентов технических вузов основам предпринимательства / Е.Ю. Орлова // Экономика и качество систем связи. – 2017. – № 1 (3). – С. 94-8.
10. Королева С.И. Малое и среднее предпринимательство: обучение ведению бизнеса как один из способов повышения его эффективности / С.И. Королева, Т.Б. Серебровская // Вестник Академии. – 2018. – № 3. – С. 41-52.
11. Терешкина Т.Р. Инновационный метод обучения предпринимательству / Т.Р. Терешкина, С.В. Терещенко // Инновационные технологии в науке и образовании. – 2015. – № 3 (3). – С. 125-126.
12. Буслаева И.М. Практико-ориентированный подход в обучении предпринимательству / И.М. Буслаева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 51. – С. 170-175.
13. Бушнев Ю.И. Методические разработки по обучению предпринимательству в школе и вузе / Ю.И. Бушнев, Ю.Н. Стецюнич // Экономика нового мира. – 2019. – Т. 4. – № 3 (15). – С. 44-54.
14. Шуплецов А.Ф. Оптимизация программы деятельности образовательного учреждения при фор-мировании процесса оказания услуг / А.Ф. Шуплецов, Ю.А. Скоробогатова // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – № 6. – С. 222-228.
15. Тагаров Б.Ж. Особенности глобального рынка информационных товаров / Б.Ж. Тагаров // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19. – № 5. – С. 1425-1436.
16. Демидова С.С., Дмитриева Е.Ю., Полуянова Л.А. Рынок образовательных услуг и современные тенденции развития образования в России // Балтийский гуманитарный журнал. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 114-117.
17. Шамин А.Е., Смирнов А.Н., Касимова Ж.В., Кирилов М.Н. Роль вуза, субъекта российской федерации, в развитии региональной экономики // Вестник НГИЭИ. 2018. № 8 (87). С. 114-129.
18. Руденко А.А., Лу Т.В. Об особенностях управления конкурентоспособностью и инновационной деятельностью вуза на рынке образовательных услуг // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2010. № 1. С. 55-56.
19. Демидова С.С., Рябчук П.Г., Гордеева Д.С. Ценовая политика государства и вузов на рынке образовательных услуг // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 84-88.
20. Шамин А.Е., Касимова Ж.В. Особенности предоставления образовательных услуг в региональных вузах // Вестник НГИЭИ. 2018. № 10 (89). С. 119-134.
21. Баева О.Н. Поколение Y: мотивация в работе и обучении / О.Н. Баева, С.В. Пинайкина // Управление корпоративной культурой. – 2016. – № 2. – С. 134-139.
22. Скоробогатова Ю.А. Об определении понятия «образовательная услуга» / Ю.А. Скоробогатова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2010. – № 5. – С. 254-257.
23. Карпикова И.С. Привлечение аудитории к цифровым СМИ с помощью элементов геймификации / И.С. Карпикова, В.В. Артамонова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – Т. 7, № 4. – С. 599-614. – DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).599-614.
24. Баева О.Н. Учеба и (или) работа: подходы к типологизации стратегий студентов / О.Н. Баева // Baikal Research Journal. – 2011. – № 4. – С. 28-32.
25. Самаруха А.В. Актуальные проблемы развития финансирования технологического предпринимательства в России / А.В. Самаруха // Региональная Россия: история и современность. – 2018. – № 1. – С. 235-239.
26. Kozioł M. Wykorzystanie e-learningu w procesie szkolenia pracowników małych i średnich przedsiębiorstw / M. Kozioł // Zeszyty naukowe małopolskiej wyższej szkoły ekonomicznej w tarnowie. – 2013 – Т. 22, № 1. – С. 45-57.
27. Анохов И.В. Движущие силы Индустрии 4.0 и ее последствия для человека и экономики. Новые основания для сборки общества / И.В. Анохов // Известия Байкальского государственного университета. – 2019. – Т. 29, № 3. – С. 379-387. – DOI:10.17150/2500-2759.2019.29(3).379-387.

Статья поступила в редакцию 10.01.2020

Статья принята к публикации 27.05.2020