

ПОТРЕБНОСТИ В ОБУЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА В ЧАСТНОМ СЕКТОРЕ КЫРГЫЗСТАНА

Ш. Чавуш, доцент, факультет экономики и управления, КТУ «Манас»; факультет туризма, университет «Аднан Мендерес» <senol.cavus@manas.edu.kg>

А. Ямалтдинова, мл. научный сотрудник, факультет экономики и управления, КТУ «Манас» <yamal_25@mail.ru>

С. Нажимудинова, и.о.доцента, факультет экономики и управления, КТУ «Манас» <seyil.najimudinova@manas.edu.kg>

А. Максудунов, и.о.доцента, факультет экономики и управления, КТУ «Манас» <azamat.maksudunov@manas.edu.kg>

М. Абдылдаев, мл. научный сотрудник, факультет экономики и управления, КТУ «Манас» <muratali83@mail.ru>

HUMAN RESOURCES TRAINING NEEDS IN THE PRIVATE SECTOR OF KYRGYZSTAN

S. Cavus, Assoc.Prof.Dr, F.E.A.S., Kyrgyz-Turkish Manas University; Tourizm Faculty, Adnan Menderes University <senol.cavus@manas.edu.kg>

A. Yamaltdinova, F.E.A.S., Kyrgyz-Turkish Manas University <yamal_25@mail.ru>

S. Najimudinova, Assis.Prof.Dr., F.E.A.S., Kyrgyz-Turkish Manas University <seyil.najimudinova@manas.edu.kg>

A. Maksudunov, Assis.Prof.Dr., F.E.A.S., Kyrgyz-Turkish Manas University <azamat.maksudunov@manas.edu.kg >

M. Abdildayev, F.E.A.S., Kyrgyz-Turkish Manas University <muratali83@mail.ru>

Abstract

The main aim of this study was initially to identify training needs of corporate and operational levels in medium and large-sized businesses in Kyrgyzstan. In this context, it was administered face-to-face interviews with totally 294 business owners or managers who were simply random sampled in 7 different regions in Kyrgyzstan, using structured questionnaire. With respect to the obtained results, it was identified more than 30 training sets from 6 different main subjects of business and management issues.

Keywords: Private Sector, Education, Kyrgyzstan.

Аннотация

Основной целью данного исследования было определение потребности в обучении персонала средних и крупных предприятий Кыргызстана. В этом контексте был проведен опрос 294 владельцев предприятий и управляющих высшего и среднего звена. Выбор респондентов осуществлялся методом простого случайного отбора в семи регионах Кыргызстана, с использованием структурированного вопросника. В результате исследования были выявлены наиболее важные темы для обучения персонала по вопросам коммерческой деятельности и управления.

Ключевые слова: частный сектор, образование, Кыргызстан.

В XXI веке, названном веком знаний, в быстро меняющихся условиях конкуренции предприятиям необходимо непрерывно обучать свой персонал для того, чтобы успешно про-

должать свою деятельность [1], конкурировать, развивать и отстаивать свои преимущества при неопределенных условиях рынка [2].

Одной из первостепенных проблем экономической системы, возможно и самой важной, является подготовка квалифицированных кадров. Различные исследования, проведенные в разных странах, показывают актуальность этой проблемы. Нехватка квалифицированных кадров особенно остро чувствуется в странах с переходной экономикой, каким является Кыргызстан. Недостаток квалифицированных кадров препятствует нахождению новых возможностей бизнеса для предпринимателей, кадры предпочитают работать в секторах с теневой экономикой, уменьшается объем производства и, как следствие, замедляется процесс перехода [3, с. 4].

Так, в работе К. Андерсона и Р. Помфрета [4, с. 211] было выявлено, что наряду с наиболее часто встречающимися проблемами малых и средних предприятий, таких, как высокие процентные ставки, высокие налоги, коррупция, стоит нехватка квалифицированных кадров.

М. Эртюрк и М. Туран [5] провели исследование на 35 турецких предприятиях, чтобы выявить проблемы, с которыми сталкиваются иностранные предприятия, ведущие свою деятельность в Кыргызстане. Авторы выделили проблемы, связанные с персоналом этих предприятий, в восьми пунктах, где отмечалось возникновение трудностей в поиске квалифицированного персонала.

С. Сары [6, с. 449], отмечая проблемные области в экономике Кыргызстана, подчеркнул неэффективность трудовых ресурсов и неразвитость предпринимательской среды.

В. Хюбнер [7], исследуя проблемы малых и средних предприятий в Кыргызстане, сгруппировал их под шестью заголовками, среди которых присутствует проблема - нехватка знаний предпринимателей по управлению бизнесом и законам рыночной экономики. Нехватка знаний наблюдается в неспособности правильно оценить возможности в бизнес-среде, в непонимании новой терминологии, в отсутствии навыков разработки рабочего плана согласно международным стандартам.

Насыров А. Т. [8] в своей работе отметил, что «...современные условия ведения бизнеса Кыргызстана определяют потребности в создании образовательных программ, в которых особый акцент делается на деловое обучение с рыночной ориентацией. Рыночная среда требует от предпринимателя не только способности рисковать и нести ответственность, но и знаний, навыков и умений в профессиональном ведении бизнеса».

Опрос руководителей 200 предприятий и организаций Кыргызстана показал, что во всех из них без исключения приветствуется повышение квалификации персонала и в большей или меньшей степени ведется подготовка кадров. Среди форм обучения предпочтительнее обучение без отрыва от производства. В государственных учреждениях и крупных компаниях преобладает обучение на рабочем месте, а в международных организациях для обучения персонала приглашаются зарубежные специалисты и консультанты. В крупных компаниях широко применяется практика отправки сотрудников за пределы организации на обучение или повышение квалификации, так как им это позволяет наличие выделяемых средств [9].

Предприятия в основном удовлетворяют потребность в кадрах, благодаря учебным центрам, которых по данным Aкіpress насчитывается около 200 [10].

Наше исследование ставит цель выявить потребности частного сектора Кыргызстана в обучении персонала. Методом анкетирования владельцев и руководителей средних и крупных предприятий были собраны данные для исследования. Выбор респондентов осуществлялся методом простого случайного отбора. Объектом исследования явились средние и крупные предприятия Кыргызстана. По данным Нацстаткома за 2012 г., в семи областях республики насчитывается в общем 5114 предприятий, из которых 3486 средних и 1628 крупных. Однако официальный список предприятий без разделения их на средние и крупные на 25.04.2012 г. состоит из 1109 предприятий: их них в Баткенской области – 33, в Джалал-Абадской – 73, в Иссык-Кульской – 73, в Нарынской – 24, в Ошской – 40, в Таласской – 18, в Чуйской области – 169, в г.Бишкеке – 620 и в г.Оше – 59 предприятий.

Расчёт размера минимальной выборки производился с 95%-й доверительной вероятностью, при 5%-м уровне значимости, 50%-й выборочной доле и предельной ошибке $p - \pi = 0,05$ по нижеследующей формуле [11, с. 151]:

$$n = \frac{\pi(1-\pi) * Z^2}{p - \pi^2}, \quad (1)$$

где n – объем выборки,

Z – для $\alpha = 0,05$ число 1,96,

π – выборочная доля,

p – генеральная доля,

$p - \pi$ – предельная ошибка.

Объём выборки, согласно формуле (1), составил $n = \frac{0,5 * 0,5 * 1,96^2}{0,05^2} = 385$ предприятий. Однако это решение допустимо при условии $n/N < 0,05$, где N – объём генеральной совокупности.

Поскольку $385/1109 = 0,347 > 0,05$, необходимо применить формулу:

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}. \quad (2)$$

Так как генеральная совокупность состоит из 1109 предприятий, то объём выборки составит $n = \frac{385}{1 + \frac{385}{1109}} = 286$ предприятий.

Размер выборки для каждой из областей был рассчитан в зависимости от удельного веса предприятий в данной области, от общего их количества. Таким образом, объём выборки в Баткенской области составил 9, в Джалал-Абадской – 19, в Иссык-Кульской – 19, в Нарынской – 6, в Ошской – 10, в Таласской – 5, в Чуйской – 44, в г. Бишкеке – 160 и в г. Оше – 15 предприятий.

Анкета, разработанная для проведения исследования, состоит из двух частей. Первая часть анкеты включает общие вопросы о предприятии: срок деятельности предприятия, правовая форма, структура капитала, охватываемый рынок, сектор, количество персонала, сильные и слабые стороны предприятия; во-вторых, вопросы об участии респондента в индивидуальных или корпоративных курсах обучения о необходимости обучения в какой-либо сфере ведения бизнеса, темы учебных программ, по которым требуется обучение.

Анкетирование было проведено среди управляющих высшего и среднего звена, а также владельцев предприятий. Полученные данные были проанализированы с применением программы SPSS (Statistical Packages for the Social Sciences). В результате исследования были выявлены наиболее важные темы для обучения персонала.

В анкетировании приняли участие 294 респондента, из которых 27% являются собственниками предприятия, 30% - управляющими высшего звена и 43% - управляющими среднего звена, из них 9% получили среднее, 15% среднеспециальное, 69% высшее и 7% поствузовское образование, то есть большая часть управляющих и собственников предприятия, ответственная за управление предприятием и принятия решений, имеет высшее образование.

Результаты анкетирования показывают, что основная часть (34,4%) предприятий ведёт свою деятельность на рынке около пяти лет и меньше, то есть является относительно молодой. Предприятия, работающие на рынке от 6 до 10 лет, составили 28,2%, от 11 до 15 лет – 21% и 16% – предприятия со сроком работы более 16 лет. Результаты опроса показывают, что правовая форма у большинства предприятий является юридическим лицом (76,5%), а остальная – физическим лицом (23,5%). Большинство предприятий (66,2%) являются ОсОО, 28% – АО, 4% – коллективные и др. Рассматривая структуру капитала на предприятии, мож-

но сказать, что предприятия финансируются в основном не заёмным, а собственным капиталом, так как основная часть предприятий состоит из собственного капитала (67,7%), а наименьшая их часть имеет основную долю заёмного капитала (3,7%). Результаты исследования показывают, что большинство предприятий сформировано из 100%-го местного капитала (76,2%) и только 6,8% – из 100%-го иностранного капитала, так как страна до сих пор не является привлекательной для зарубежных инвесторов. Отметим, что 39,1% респондентов не пользуются дополнительными источниками финансирования, а остальная часть пользуется в основном банковскими кредитами (39,1%), деньгами, взятыми в долг у друзей и знакомых (10,2%) и у родственников (3,7%). Как показывают результаты, предприятия обеспечивают своей продукцией местный (33,7), региональный (26,9%), национальный (16%) и международный (23,4%) рынки. Предприятия, охватывающие международный рынок, занимаются импортом или экспортом, или являются предприятием, полностью финансируемым внешним инвестором. Большинство опрошенных предприятий работает в сфере услуг (38,4%), производства (26,2%) и торговли (20,7%).

Исследование показало, что на предприятиях (52,7%) в основном работают 1-25 человек, 26-50 человек – на 12,6%, 51-75 человек – на 9,9% и 76-100 человек – на 6,5%, выше 100 – на 18,4%.

На вопрос о том, соответствуют ли занятые трудовые ресурсы требуемой квалификации, большинство предприятий ответило «да» (58,8%), «частично» – 37,1% и «нет» – 4,1%.

В ходе исследования было выявлено, что большая часть опрошенных (60,5%) не участвовала и только 30,5% участвовали в индивидуальных или корпоративных курсах обучения в сфере ведения бизнеса. Это позволяет сделать вывод, что многие управляющие и собственники предприятий не пользуются образовательными программами, предоставляемыми вузами и различными бизнес-ассоциациями. На курсах прошли платное обучение 56,9%, а 43,1% – бесплатное. При этом бесплатное обучение было организовано Торгово-промышленной палатой, Ассоциацией предпринимателей, университетами и различными зарубежными организациями для поддержки местного предпринимательства. Большинство респондентов, принявших участие в различных семинарах, курсах обучения, отметили, что данные курсы обучения внесли вклад в их личное и корпоративное развитие (90,5%).

На вопрос о том, требуется ли вам обучение в какой-либо сфере ведения бизнеса (управление, маркетинг, бухгалтерский учёт, финансы, производство), 70,1% респондентов отметили «да». Такой ответ показывает высокий спрос респондентов на обучение, следовательно, надлежащим организациям это надо принять во внимание.

В результате исследования были выявлены наиболее важные темы для обучения. Так, самыми востребованными оказались следующие темы по маркетингу: «Продажи и взаимоотношения с клиентами» (65%), «Реклама и рекламное дело» (51,1%), «Маркетинговые исследования и маркетинговое планирование» (50,7%), «Электронный маркетинг» (42,3%), «Логистика и управление цепочками поставок» (41,6%); по управлению: «Управление человеческими ресурсами» (42,2%), «Основы управления бизнесом» (39,7%), «Работа в команде» (37,2%) и др.; по бухгалтерскому учёту: «Бухгалтерский учёт операций в течение периода» (51,3%), «Контроль текущих счетов» (50,7%), «Международные стандарты финансовой отчётности» (47,7%) и «Методы управления запасами» (45,7%); по финансовому менеджменту: «Управление фондом» (50,5%), «Управление оборотным капиталом» (47,7%), «Управление активами» (47%), «Управление долгами» (44,1%); по производству: «Управление производством» (50%), «Методы прогнозирования» (49,1%), «Измерение и оценка работы» (45,3%), «Проектирование продукта» (43,1%); по внешней торговле респондентов наиболее заинтересовали темы: «Таможенные и страховые операции» (42,1%), «Логистика» (41,6%) и «Инструменты продаж во внешней торговле» (40,4%).



Наиболее значимые темы, выявленные в результате анкетирования

Проанализировав все предложенные темы для обучения, мы выявили наиболее значимые, такие как: «Продажи и взаимоотношения с клиентами» (65%), «Бухгалтерский учёт операций в течение года» (51,3%), «Управление фондом» (50,5%), «Управление производством» (50%), «Управление человеческими ресурсами» (42,2%) и «Таможенные и страховые операции» (42,1%).

Замечено, что потребность в обучении меняется в зависимости от месторасположения предприятия. Так, наиболее остро в обучении нуждаются предприятия Джалал-Абадской (90,5%), Иссык-Кульской (84,2%), Баткенской (75%) и Нарынской (70%) областей. Рассматривая связь между сроком деятельности предприятия на рынке и их потребностью в обучении, выяснилось, что предприятия с опытом работы на рынке более 10 лет больше нуждаются в обучении (73,8%), нежели предприятия с меньшим опытом работы на рынке (64,3%). Из этого следует, что чем дольше предприятие работает на рынке, тем больше опыта накапливается у управляющего, а с накоплением опыта необходимо постоянно совершенствовать свои знания, чтобы продолжать развитие предприятия.

Рассмотрев структуру партнерства на предприятии с потребностью в обучении, можно сказать, что предприятия со 100%-м иностранным капиталом больше уделяют внимания обучению (90%), нежели предприятия со 100%-м местным капиталом (66,4%).

В результате анкетирования выявлена более высокая потребность в обучении ведению бизнеса в Джалал-Абадской области по сравнению с другими областями. Кроме этого, предприятия, работающие на рынке более 10 лет, больше нуждаются в обучении, чем предприятия с меньшим сроком работы на рынке. Также предприятия с иностранным капиталом больше уделяют внимания обучению, чем предприятия с местным капиталом, и более институционализированы, им необходимо постоянно развиваться, чтобы быть более конкурентоспособными.

Ни в коем случае нельзя воспринимать процесс обучения как дополнительные накладные расходы, а считать его выгодным вложением инвестиций в будущее компании. Согласно статистике, 1 доллар, инвестированный в обучение персонала, в перспективе приносит 3-8 долларов дохода.

Менеджмент компании должен знать, в каком направлении обучать свой персонал. При этом компании могут сотрудничать с вузами, и в рамках этого сотрудничества разрабатывать совместные образовательные программы или краткосрочные курсы, направленные на повышение уровня знаний персонала.

Использованные источники

1. Öneren, M. (2008). “İşletmelerde Öğrenen Örgütler Yaklaşımı”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008, ss. 163-178, <http://sbd.karaelmas.edu.tr/makaleler/1303-9245/200804007161176.pdf>, Erişim Tarihi: 25.12.2011.
2. Alagöz, S. B. (2011). “Küreselleşme Sürecinde Öğrenen ve Öğreten Pazarlama”, <http://www.gau.edu.tr/bildiriler/Bildiri2.pdf>, Erişim Tarihi: 27.12.2011.
3. Brixiova, Z., Li, W. and Yousef, T. (1999). “Skill acquisition and firm creation in transition economies”, IMF Working Paper WP/99/130, International Monetary Fund, Washington DC.
4. Anderson, K. and Pomfret, R. (2001). “Challenges Facing Small and Medium-Sized Enterprises in the Kyrgyz Republic”, 1996-7, Kluwer Academic Publishers.
5. Ertürk, M. ve Turan, M. (2004). “Kırgızistan’da Faaliyet Gösteren Türk Yatırımcıların Karşılaştıkları Sorunlara Yönelik Bir Araştırma”, Ülkümüz Türk Dünyası CelalAbad İşletme Fakültesi Dergisi, Yıl:1, Sayı:2 Aralık ss.260-267.
6. Sarı, S. (2004). “Piyasa Ekonomisine Geçişte Kırgızistan’ın Problemleri”, 1st International Manas University Conference in Economics, Conference Proceedings, 23-24 September, Bishkek, Kyrgyzstan.
7. Hübner, W. (2000). “SME Development in Countries of Central Asia: (Kyrgyzstan Kazakhstan and Uzbekistan) Constraints, Cultural Aspects and Role of International Assistance”, UNIDO, Vienna.
8. Насыров, А. Т. (2008). “Современное состояние подготовки кадров для предпринимательских структур Кыргызской Республики”. Кыргызско-Турецкий университет «Манас», II Международный конгресс «Предпринимательство», с. 356-360
9. Плешакова, Е. (2005). “Современные тенденции в организации обучения персонала”, Международная конференция “Perspectives of financial system in current conditions”, Кыргызско-Турецкий университет «Манас», с. 216-224.
10. [tp://yellowpages.akipress.org/cats:108/](http://yellowpages.akipress.org/cats:108/), 22.11.2011
11. İslamoğlu, A.H. (2003). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. 2 Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayın.