

УДК [330.16:334.722.012.64-051]:159.072

**ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ
И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
МАЛОГО БИЗНЕСА**

РУМЯНЦЕВА Светлана Николаевна

магистрант

ЖДАНОВА Наталья Евгеньевна

кандидат педагогических наук, доцент

Уральский государственный педагогический университет

г. Екатеринбург, Россия

В статье изложены результаты проведенного исследования коммуникативной компетентности и конкурентоспособности предпринимателей, занимающихся малым бизнесом. Проведенное исследование имеет очевидную практическую значимость. Развитые коммуникативные навыки у предпринимателей позволяют выявлять сильные и слабые стороны, использовать их для достижения конкурентных преимуществ и корректировать стратегию с учетом обратной связи и рыночной ситуации.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, конкурентоспособность, предприниматели, малый бизнес.

В условиях современной рыночной экономики малый бизнес играет важную роль в развитии экономики страны. Он способствует созданию новых рабочих мест, развитию инноваций и повышению конкуренции на рынке. Однако, чтобы успешно вести малый бизнес, предпринимателю необходимо быть конкурентоспособным, так как именно это качество позволяет предпринимателю

принимать обоснованные решения и повышать успешность предпринимательской деятельности.

Коммуникативная компетентность играет ключевую роль в конкурентоспособности предпринимателей малого бизнеса, так как умение ясно и чётко выражать свои мысли, слушать и понимать других способствует более эффективному ведению бизнеса, что влияет на успешность его конкурентоспособность на рынке.

В статье Н.Ш. Акаевой, Д.Р. Гаджибабаевой было установлено, что успешность в предпринимательской деятельности во многом определяется коммуникативной компетентностью предпринимателя. Авторы рассматриваются коммуникативные качества личности предпринимателя, составляющие основу его профессиональной деятельности [1].

Согласно Е.К. Завьяловой, «конкурентоспособность предпринимателя малого бизнеса означает его способность успешно конкурировать с другими участниками рынка» [2, с. 32]. Автором отмечено, что конкурентоспособность предпринимателя малого бизнеса включает в себя умение разрабатывать и внедрять новые продукты и услуги, эффективно использовать ресурсы, снижать издержки и повышать качество продукции, а также умение общаться, налаживать контакты и сглаживать разногласия.

Статья А.А. Коротковой, Ю.В. Шведенко посвящена анализу методов обучения в рамках компетентностной модели взрослых профессиональных групп, в частности профессиональных кадров для сферы малого и среднего предпринимательства. Авторами установлено, что в процессе реального взаимодействия с группой можно формировать коммуникативную компетентность у предпринимателей [3].

Обобщая свое исследование Г.А.О. Мамед-заде, Ю.В. Забайкин, З.М. Назарова установили, что профессионально-психологическая готовность к социальным условиям предпринимательской деятельности обусловлена,

прежде всего, коммуникативной компетентностью предпринимателей, которая проявляется в профессиональной адаптивности и других особенностях [4].

В диссертационном исследовании Р.Р. Хуснутдинова определен набор универсальных психологических факторов, которые обеспечивают успешность предпринимательской деятельности. Исследователь среди факторов выявил коммуникативную компетентность, которая является ключевым фактором успешности деятельности представителей малого бизнеса [5].

Таким образом, исследователи отмечают, что коммуникативная компетентность повышает результативность контактов, эффективность общения с точки зрения решения проблем, однако, несмотря на широкое рассмотрение проблемы, недостаточно изученными остаются вопросы изучения особенностей коммуникативной компетентности и конкурентоспособности предпринимателей малого бизнеса.

Цель работы: исследование особенностей коммуникативной компетентности и конкурентоспособности предпринимателей, занимающихся малым бизнесом.

Для проведения сравнительного анализа был использован критерий Краскела-Уоллиса для выявления различий в трех группах у предпринимателей с разным уровнем конкурентоспособности.

Для изучения психологических особенностей предпринимателей с разным уровнем конкурентоспособности нами были выделены три группы:

1 группа (22 человека) – предприниматели с низким уровнем конкурентоспособности;

2 группа (48 человек) – предприниматели со средним уровнем конкурентоспособности;

3 группа (32 человека) – предприниматели с высоким уровнем конкурентоспособности.

Результаты сравнения значений по трем подгруппам предпринимателей представлены в таблице.

Таблица 1.

Результаты сравнения достоверных показателей у предпринимателей с разным уровнем конкурентоспособности

Показатель	Критерий Краскел-ла-Уоллиса	Уровень значимости	Средний ранг		
			1 группа (низкий уровень конкурентоспособности)	2 группа (средний уровень конкурентоспособности)	3 группа (высокий уровень конкурентоспособности)
Методика «Диагностика коммуникативной социальной компетентности»					
Общительность	82,317	0,000	15,39	44,75	86,45
Логическое мышление	78,935	0,000	16,66	44,29	86,27
Эмоциональная устойчивость	71,869	0,002	23,36	41,18	70,41
Жизнерадостность	85,930	0,003	17,18	45,79	73,34
Чувствительность	85,788	0,000	13,43	45,68	86,41
Независимость во мнении	72,745	0,000	20,98	42,45	86,06
Самоконтроль	61,242	0,001	29,25	39,58	84,67
Ответственность	78,935	0,000	26,66	44,29	86,27
Методика «Оценка коммуникативных и организаторских склонностей»					
Коммуникативные склонности	66,186	0,003	12,25	53,40	75,64
Организаторские склонности	66,666	0,001	12,07	53,94	74,95

По шкале «Общительность» ($N=82,317$; $p = 0,000$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, это говорит о высоких коммуникативных умениях, о стремлении к расширению межличностных связей предпринимателей с высоким уровнем конкурентоспособности.

По шкале «Логическое мышление» ($N=78,935$; $p = 0,000$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, что говорит о высокой способности анализировать информацию, делать выводы и принимать решения на основе имеющихся данных предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности.

По шкале «Эмоциональная устойчивость» ($H=71,869$; $p = 0,002$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, что говорит о высокой способности сохранять спокойствие и принимать взвешенные решения в условиях стресса, неопределённости и давления предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности.

По шкале «Жизнерадостность» ($H=85,930$; $p = 0,003$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, что говорит о высокой способности сохранять позитивный настрой, оптимизм и бодрость духа в различных ситуациях, включая трудности и неудачи в бизнесе предпринимателей третьей группы, с высоким уровнем конкурентоспособности.

По шкале «Чувствительность» ($H=85,788$; $p = 0,000$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, что говорит о высокой способности понимать потребности других людей предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности.

По шкале «Независимость в мнении» ($H=72,745$; $p = 0,000$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, что говорит о высокой способности самостоятельно принимать решения и действовать в соответствии со своими целями и интересами, не подчиняясь чужой воле или давлению предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности.

По шкале «Самоконтроль» ($H=61,242$; $p = 0,001$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, что говорит о высокой способности управлять своими действиями, эмоциями и решениями в процессе ведения бизнеса, включающие умение анализировать ситуацию, контролировать выполнение задач, оценивать риски и принимать взвешенные решения, а также следить за соблюдением установленных

планов и стандартов в работе предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности.

По шкале «Ответственность» ($H=78,935$; $p = 0,000$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, что говорит о стремлении отвечать за результаты своей деятельности предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности.

По шкале «Коммуникативные склонности» ($H=66,186$; $p = 0,003$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, что говорит о способности и готовности эффективно взаимодействовать с другими людьми в процессе профессиональной деятельности предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности.

По шкале «Организаторские склонности» ($H=66,666$; $p = 0,001$) значения выше у предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности, что говорит о развитости качеств и способностей, которые позволяют предпринимателю эффективно планировать, организовывать и управлять различными процессами в бизнесе предпринимателей третьей группы – с высоким уровнем конкурентоспособности.

Таким образом, результаты сравнительного анализа по трем группам (с низким, средним и высоким уровнем конкурентоспособности) показали, что у предпринимателей с высоким уровнем конкурентоспособности выше коммуникативные и организаторские склонности, позволяющие предпринимателям эффективно взаимодействовать с другими людьми в процессе профессиональной деятельности, планировать, организовывать и управлять различными процессами в бизнесе.

Обобщая данное исследование можно резюмировать, что в условиях современной рыночной экономики малый бизнес играет важную роль в развитии экономики страны. Однако, чтобы успешно вести малый бизнес, предпринимателю необходимо быть конкурентоспособным, так как именно конкурентоспо-

способность позволяет предпринимателю принимать обоснованные решения и повышать успешность предпринимательской деятельности.

Результаты исследования подтверждают необходимость разработки рекомендаций, направленных на формирование у предпринимателей навыков, необходимых для успешной адаптации и профессионального роста в условиях изменяющегося рынка труда.

Коммуникативная компетентность предпринимателя является одним из показателей его профессиональной компетентности, развитие коммуникативной компетентности происходит в процессе профессионального становления предпринимателя, так как в деятельности предпринимателя происходит постоянное взаимодействие с поставщиками, бизнес-партнерами, сотрудниками, покупателями или клиентами, в процессе взаимодействия он осваивает новые способы коммуникации, выбирая для себя наиболее эффективные, тем самым развивая коммуникативную компетентность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акаева Н.Ш., Гаджибабаева Д.Р. Психологические особенности коммуникативной компетентности предпринимателя // Известия Международной академии аграрного образования. – 2020. – № 52. – С. 29–31.
2. Завьялова Е.К., Посохова С.Т. Психология предпринимательства. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2004. – 294 с.
3. Короткова А.А., Шведенко Ю.В. Формирование коммуникативных навыков предпринимателей: опыт осмысления губернаторской программы подготовки профессиональных кадров для сферы малого и среднего предпринимательства // Ученые записки Алтайского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – 2021. – Вып. 19. – С. 169–171.
4. Мамед-заде Г.А.О., Забайкин Ю.В., Назарова З.М. Модель коммуникативных особенностей предпринимательской деятельности в условиях формиро-

вания их профессиональных качеств // Управление образованием: теория и практика. – 2022. – Т. 12, № 8 (54). – С. 75–97.

5. Хуснутдинов Р.Р. Психологические факторы успешности предпринимательской деятельности малого бизнеса: дис. ... канд. пед. наук. – Казань, 2007. – 159 с.

FEATURES OF COMMUNICATION COMPETENCE AND COMPETITIVENESS OF SMALL BUSINESS ENTREPRENEURS

RUMYANTSEVA Svetlana Nikolaevna

Undergraduate Student

ZHDANOVA Natalia Evgenievna

Candidate of Sciences in Pedagogy, Associate Professor

Ural State Pedagogical University

Yekaterinburg, Russia

The article presents the results of a study of the communicative competence and competitiveness of entrepreneurs engaged in small business. The conducted research has obvious practical significance. Entrepreneurs who have developed communication skills allow them to identify strengths and weaknesses, use them to achieve competitive advantages, and adjust their strategy based on feedback and the market situation.

Keywords: communicative competence, competitiveness, entrepreneurs, small business.