

Возможности коучинга: особенности использования предпринимателями г. Владивостока

Игорь Дроздов

Дальневосточный федеральный университет, г Владивосток, Россия

Информация о статье

Поступила в редакцию:
08.11.2018

Принята
к опубликованию:
12.02.2019

УДК 330.341
JEL L26

Ключевые слова:

коучинг, коучинговые услуги, коуч, предприниматель, предпринимательство, человеческий капитал, интеллектуальный капитал

Keywords:

coaching, coaching services, coach, consultant, entrepreneur, entrepreneurship, human capital, intellectual capital

Аннотация

В статье изложены результаты изучения осведомленности предпринимателей г. Владивостока о коучинговых услугах и их опыта взаимодействия с коучами. Основным инструментом эмпирического исследования являлось анкетирование. Выявлены наиболее значимые позитивные и негативные аспекты в рамках взаимодействия предпринимателей с бизнес-коучами. Представлены возможные пути продвижения коучинговых услуг. Полученные результаты могут быть использованы в рамках сравнительного анализа особенностей взаимодействия предпринимателей и специалистов в области коучинга в контексте региональных различий.

Coaching Opportunities: Features of Use by Entrepreneurs of Vladivostok

Igor Drozdov

Abstract

The article presents the results of a study of the features of the use of coaching opportunities by entrepreneurs of the city of Vladivostok.

The relevance of the study is due to the fact that the Russian market of coaching services is still in the process of formation. At the same time, there are differences in the level and quality of the use of coaching opportunities by Russian entrepreneurs in the context of regional characteristics.

The outlined issues led to the formulation of the goal of an empirical research - the study of the awareness of Vladivostok entrepreneurs about coaching services and their experience in working with coaches. Entrepreneurs of Vladivostok were identified as the object of the study, and the subject of the research was the specifics of coaching opportunities used by Vladivostok entrepreneurs.

The conceptual basis of the study was human capital theory. An empirical study was conducted in 2017 at the Center for Entrepreneurship Development of the city of Vladivostok. A random sample of subjects was 65 people. The main research method was questioning.

It was established that most surveyed entrepreneurs (48%) do not possess the necessary awareness of coaching services.

* DOI: <https://dx.doi.org/10.24866/2311-2271/2019-1/97-106>

Most «knowledgeable» entrepreneurs who did not interact with coaches, for the most part, do not show readiness to contact them, as they are sure that there are no coaches of the required level of qualifications in Vladivostok. This group of entrepreneurs is also not satisfied with the high cost of coaching services.

Only 14% of entrepreneurs, from the total number of respondents, attracted coaching services in order to guarantee an increase in the efficiency of their activities. Entrepreneurs who have experience in dealing with «local» coaches are fully satisfied with the results achieved by consulting and seek help from coaches on average once a year.

The measures are indicated to increase the productivity of interaction between Vladivostok entrepreneurs and specialists providing coaching services. The importance of promoting coaching services using social networks is shown.

Введение

На данный момент для предпринимателей наибольшую значимость приобретает возможность оптимизировать свою деятельность, а также повысить эффективность управления бизнесом в соответствии с изменениями внешней среды [1].

Одним из инструментов повышения эффективности предпринимательской деятельности является коучинг, как один из видов управленческого консультирования [2].

Понятие «коучинг» (coaching) переводится с английского языка как «тренировка», «репетиторство», «подготовка» [3]. Первоначально данное понятие использовалось исключительно в спортивном лексиконе, так как «коуч» (coach) в своем исходном значении есть ни что иное, как «тренер» или «наставник».

Коучинг – это процесс развития, между профессиональным тренером предназначенный для того, чтобы увеличить организаторские способности руководителя и повысить эффективность работы предприятия [4].

На современном этапе развития одной из наиболее быстрорастущих отраслей управленческого консультирования выступает именно коучинг [5].

Популярность коучинга связана с тем, что он является высоко результативным инструментом консультирования не только отдельной личности, предпринимателя, но и организации в целом [6].

В настоящее время технология коучинга очень широко используется в развитых странах. В отечественных компаниях к такой форме работы только начинают привыкать [7]. В целом уровень использования предпринимателями коучинговых услуг в России на несколько порядков ниже, чем в экономически развитых странах. Во многом это связано с тем, что российский рынок коучинговых услуг пока ещё находится в процессе формирования [8]. Несмотря на то, что рынок коучинга в России менее объемный и зрелый, чем в развитых странах, он растет очень быстро.

Необходимо отметить, что опыт реализации коучинга в России имеет ряд особенностей [5, 6]:

- с одной стороны, имеет большую популярность при построении успешных личностных и организационно-управленческих стратегий, с другой – рассматривается как эксклюзивный и малодоступный вид консультационных услуг;
- как форма индивидуального наставничества, часто недооценивается и вызывает недоверие со стороны предпринимателей и руководителей различных уровней управления: многие предприниматели не понимают, каких результатов можно достичь с помощью коучинга и не видят выгод от его применения;

- несмотря на наличие коучинг-школ, обеспечивающих высокий уровень компетентности выпускников, коучи не пользуются общепризнанным доверием ввиду большого количества некомпетентных специалистов, которые получили «поверхностное» образование в данной области;
- возможности коучинга либо сильно преувеличиваются (в контексте неадекватных представлений или неоправданных ожиданий), либо вовсе отрицаются со стороны потенциальных клиентов;
- недостаточный уровень информированности предпринимателей о сущности и назначении коучинговых услуг;
- отсутствие на рынке общепризнанной модели профессиональных компетенций специалистов, несмотря на наличие Профессиональных стандартов Международной федерации коучинга;
- профессия «коуч» не фигурирует ни в одном квалификационном справочнике;
- наиболее востребованы услуги коучей в основном в крупных городах страны, где уровень развития бизнеса выше;
- различия в уровне и качестве использования предпринимателями возможностей консалтинга в контексте региональных особенностей.

Обозначенная проблематика обусловила постановку цели эмпирического исследования – изучение осведомленности предпринимателей г. Владивосток о коучинговых услугах и их опыта взаимодействия с коучами. В качестве объекта исследования были определены предприниматели г. Владивосток, а в качестве предмета – особенности использования возможностей коучинга владивостокскими предпринимателями.

Теоретическая основа исследования

Эмпирическое исследование базировалось на теории человеческого капитала (*human capital theory*) [9], в рамках которой установлена и обоснована взаимосвязь между производительностью труда и инвестициями в развитие интеллектуального потенциала посредством получения общего и специализированного образования, а также формирования профессионально важных знаний, навыков и умений.

В рамках данной теории, под человеческим капиталом понимается воплощенный в человеке запас способностей, знаний, навыков и мотиваций, которые могут использоваться для получения дохода. Данная форма капитала конкретизируется как «человеческий», поскольку является составной частью индивида [10].

В среднем сумма прибыли от инвестиций в общий и специфический человеческий капитал почти втрое превышает прибыль от инвестиций в технику и технологии, что крайне актуально в современном предпринимательстве [11]. Во многом это связано с тем, что общий (образование и опыт) и специфический человеческий капиталы (опыт в качестве бизнес-собственника, управленческий потенциал, предпринимательские и профессиональные возможности) владельца компании влияют на предпринимательские результаты в форме идентификации возможностей для бизнеса и их воплощения [12].

Таким образом, в современных условиях для бизнеса любого уровня основным ресурсом конкурентоспособности является совокупный интеллектуальный капитал всех сотрудников организации, включая её руководителя [13].

Качественное наращивание и использование интеллектуального потенциала всех работников компании посредством использования коучинговых технологий позволяет существенно повысить эффективность бизнес-процессов и обеспечить достижение значимых результатов.

Необходимо отметить, что предприниматели относятся к категории людей, которые уже имеют значимые достижения, но при этом стремятся добиться ещё большего. Поэтому использование предпринимателями возможностей коучинга для наращивания своего персонального и совокупного человеческого капитала своей организации – эффективное средство для успешного достижения как бизнес-ориентированных, так и жизненных целей.

Результаты исследования и их обсуждение

Эмпирическое исследование имело «разведывательный» формат и было основано на методическом подходе А.Н. Агаевой, разработанном для выявления проблематики в области управленческого консультирования в системе потребительской кооперации [14]. На основе методических разработок была составлена анкета, направленная на выявление осведомленности предпринимателей о существующих коучинговых услугах, а также имеющегося опыта их взаимодействия с коучами в г. Владивосток.

Анкетирование проводилось в Центре развития предпринимательства г. Владивостока. Респондентами выступили участники различных мероприятий, проводимых на базе данного Центра, ориентированные на обретение полезных знакомств и получение качественных консультаций высокопрофессиональных специалистов. Анкета включала в себя 20 вопросов.

В общей сложности среди участников различных мероприятий было распространено 134 опросника. В результате было собрано 84 заполненных анкет, из которых только 65 были отобраны для дальнейшего анализа. Основным критерием отбора являлось наличие у респондента предпринимательского статуса. Возраст опрошенных предпринимателей составлял от 30 до 50 лет. Участники исследования преимущественно имели высшее образование. Стаж предпринимательской деятельности опрошиваемых варьировался от 2 до 14 лет.

Формирование выборки базировалось на ожидаемом разумном охвате феномена, подлежащего изучению, вполне достаточном для анализа связей между изучаемыми свойствами [15, 16]. Поскольку исследование предполагало выявление общих тенденций, полученные результаты носят ориентировочный характер и могут быть использованы для постановки задач и выдвижения гипотез в последующих исследованиях.

По результатам анализа были выявлены две условные группы предпринимателей в контексте их информированности о существовании коучинговых услуг (рис 1.).



Рис. 1. Осведомлённость предпринимателей о существовании коучей и коучинговых фирм в г. Владивостоке

Источник: составлено автором

Из числа предпринимателей, попавших в категорию «неосведомлённых», 37% указали в своих ответах, что сталкивались с упоминанием в речи других людей таких терминов, как «коуч» и «коучинг», но не имеют чёткого представления о том, как трактуются данные понятия.

Представители группы «осведомлённых» предпринимателей ответили на вопрос «Из какого источника узнали о коучинговых услугах?» (рис 2.)

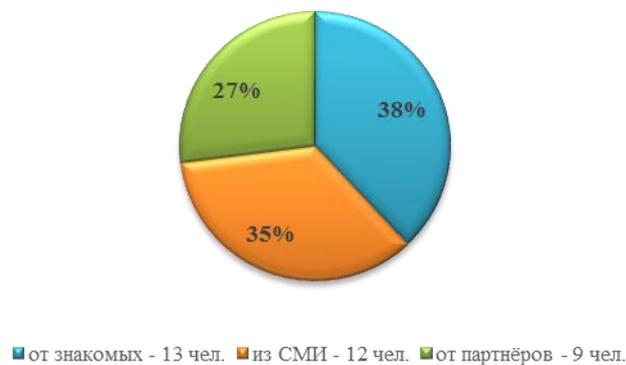


Рис. 2. Источники осведомленности предпринимателей о существовании коучей и коучинговых фирм в г. Владивостоке

Источник: составлено автором

Анализ ответов позволил установить, что самый распространённый предпосылкой осведомлённости предпринимателей о существующих коучинговых услугах является информирование со стороны знакомых, друзей и партнёров (65% случаев). Из средств массовой информации о наличии коучинговых услуг узнало только 35% опрошенных.

Кроме этого, было выявлено, что только 9 предпринимателей в той или иной мере воспользовались услугами коучинговых фирм, что составило 26% из числа «осведомлённых» предпринимателей и 14% от общего количества респондентов.

Большая часть «осведомлённых» предпринимателей (74%) сознательно не пользовалась услугами коучинговых компаний. Причины такого поведения представлены на рис. 3



Рис. 3. Причины предпринимателей не вступать во взаимодействие со специалистами в области коучинга

Источник: составлено автором

Таким образом, больше половины «осведомлённых» предпринимателей не считает необходимым пользоваться коучинговыми услугами потому, что, по их мнению, высокая стоимость коучинговых услуг не соответствует уровню профессионализма специалистов в области коучинга. Более того, практически четверть из них вполне уверена, что вполне способна самостоятельно решать личностные и организационные проблемы. И всего лишь 6% – те, кто не пользовались коучинговыми услугами, но потенциально готовы вступить во взаимодействие с представителями коучинга.

Респонденты, обращавшиеся к услугам коучинговых агентств, в качестве причин взаимодействия указывали достижение больших целей в бизнесе (7 человек) и повышение самооценки и уверенности в себе (2 человека). При этом все отметили, что сразу же получили ожидаемый результат и в последующем будут рекомендовать своим партнерам и знакомым.

В процессе анкетирования был выявлена потенциальная готовность воспользоваться коучинговыми услугами «осведомлённых», но ранее не контактирующих с коучами предпринимателей (рис 4.).



Рис. 4. Потенциальная готовность «осведомлённых» предпринимателей взаимодействовать с коучами

Источник: составлено автором

Из общей выборки «осведомлённых» респондентов, которые не взаимодействовали с коучами, 39% опрошенных высказали мнение, что могли бы воспользоваться коучинговыми услугами, однако дела фирмы и так идут хоро-

шо. Вместе с тем, 61% респондентов склоняется к тому, что эффективность деятельности собственной компании не совсем устраивает, но не готовы пользоваться коучинговыми услугами, так как в г. Владивосток отсутствуют квалифицированные эксперты в области коучинга.

Заключение

Общий анализ результатов эмпирического исследования позволил сделать следующие основные выводы.

1. Предпринимателям в процессе своей деятельности, приходится часто сталкиваться со сложными организационно-управленческими и личностно значимыми задачами, эффективному решению которых может способствовать использование возможностей коучинга.

2. Большое количество опрошенных предпринимателей (48%) не обладают необходимой «осведомленностью» о коучинговых услугах.

3. Основное количество «осведомлённых» предпринимателей, которые не взаимодействовали с коучами, в основной своей массе не проявляют готовность с ними вступать в контакт, так как уверены, что в г. Владивосток нет коучей необходимого уровня квалификации. Эту группу также не устраивает высокая стоимость коучинговых услуг.

4. Только 14% бизнесменов воспользовались услугами коучинговых агентств с целью гарантированного повышения эффективности своей деятельности.

5. «Осведомленные» предприниматели, имеющие опыт взаимодействия с коучами, полностью удовлетворены достигнутыми результатами консультирования и обращаются за помощью в среднем один раз в год.

В контексте выявленной проблематики, были сделаны следующие основные выводы.

Организациям, которые в рамках своей деятельности оказывают содействие развитию малого и среднего бизнеса в г. Владивосток (коучинговые, тренинговые и консалтинговые компании; образовательные учреждения; общественные, государственные и муниципальные организации, бизнесу и др.) необходимо:

- уделить особое внимание информированию предпринимателей о сути, назначении и возможностях коучинга;
- способствовать формированию у предпринимателей адекватного представления об уровне квалификации коучей, а также о возможных вариантах построения эффективного взаимодействия с ними в контексте взаимовыгодного регулирования цены на услуги.

В рамках исследования было установлено, что основным каналом информирования предпринимателей о коучинговых услугах являются личные рекомендации референтных лиц (родственников, друзей, знакомых, партнёров и др.). В связи с этим коучинговыми компаниям следует брать на вооружение опыт тех коучей, которые успешно продвигают свои услуги с использованием подходов, основанных на использовании эффекта «сарафанного радио» [17, 18]:

- организация в интернете форумов и скайп-чатов, для оказания помощи в решение каких-то мелких вопросов и проблем;

- активное размещение публикаций или написание комментариев в различных социальных сетях с указанием ссылки на корпоративный или авторский сайт (Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, Вконтакте и др.);
- личное, ни к чему не обязывающее общение на онлайн-ресурсах, позволяющее установить позитивный контакт для презентации сферы своей деятельности и уровня квалификации;
- создание набора малобюджетных и условно бесплатных обучающих и коучинговых программ;
- организация и проведение массовых мероприятий, позволяющих придумывать и обсуждать совместные мероприятия (например, флешмобы);
- создания клуба по интересам, посвященные конкретной тематике или тренингу;
- активное участие в различных публичных мероприятиях (конференциях, семинарах, дискуссиях и т.п.).

Кроме этого, необходимо отметить, что результаты эмпирического исследования могут быть использованы в рамках сравнительного анализа особенностей взаимодействия предпринимателей и специалистов в области коучинга в контексте региональных различий. Возможным направлением дальнейшего исследования, в рамках обозначенной проблематики, может быть выявление востребованных видов коучинга у предпринимателей г. Владивосток.

Список источников / References

1. Bolden R. Distributed leadership in organizations: a review of theory and research. *International Journal of Management Reviews*. 2014, vol. 13, no. 7, pp. 251–269.
2. Barrick M.R., Stewart G.L., Neubert M.J., Mount K. Relating member ability and personality to work-team processes and team effectiveness. *Journal of Applied Psychology*. 2008, vol. 37, no. 6. pp. 377–391.
3. Титова Д.Ю. Коучинг: основные подходы к исследованию проблемы. *Научные проблемы гуманитарных исследований*, 2010. № 1. сс. 176-179. [Titova D.Yu. Coaching: osnovnye podkhody k issledovaniyu problemy. [Coaching: the main approaches to the study of the problem]. *Nauchnye problemy gumanitarnykh issledovaniy = Scientific problems of humanitarian studies*, 2010. no. 1, pp. 176-179.]
4. Coutu D., Kauffman C. What can coaches do for you? *Harvard Business Review*. 2016. vol. 73, no. 10, pp. 184–257.
5. Дроздов И.Н. Сравнительный анализ коучинга с другими видами экспертного предпринимательства: тренинг, консалтинг, психотерапия, психологическое консультирование. *Современные тенденции политического, экономического развития и проблемы управления в странах АТР*, 2015. сс. 51-55. [Drozdov I.N. Sravnitel'nyi analiz kouchinga s drugimi vidami ekspertnogo predprinimatel'stva: trening, konsalting, psikhoterapiya, psikhologicheskoe konsul'tirovanie. [Comparative analysis of coaching with other types of expert entrepreneurship: training, consulting, psychotherapy, psychological counseling.]. *Sovremennye tendentsii, perspektivy razvitiya ekonomiki i upravleniya v stranakh ATR = Current trends, prospects for economic development and governance in the APR countries*. 2015. pp. 51-55.]
6. Багдасарьян И.С., Сочнева Е.Н. Коучинг в России: за и против. *Научное обозрение. Экономические науки*. 2016. № 6. сс. 19-21. [Bagdasar'yan I.S., Sochneva E.N. Coaching in Russia: for and against. *Nauchnoye obozreniye. Ekonomicheskie nauki*. 2016. № 6. сс. 19-21.]

- va E.N. Kouching v Rossii: za i protiv. [Coaching in Russia: Pros and Cons]. *Nauchnoe obozrenie. Ekonomicheskie nauki = Scientific Review. Economics*. 2016, no. 6, pp. 19-21.]
7. Королихин А.В. Рынок коучинга в России и за рубежом: статистика и тенденции развития. *Организационная психология*. 2014. Т. 4. № 1. С. 17-24. [Korolikhin A.V. Rynok kouchinga v Rossii i za rubezhom: statistika i tendentsii razvitiya [Coaching market in Russia and abroad: statistics and development trends]. *Organizatsionnaya psikhologiya = Organizational psychology*. 2014. Pt. 4, no. 1, pp. 17-24.
 8. Милосердная П.С. Бизнес - коучинг в России. В сборнике: *Рыночная трансформация экономики России: проблемы, перспективы, пути развития. Сборник статей Международной научно-практической конференции*. 2018. сс. 128-132. [Miloserdnaya P.S. Biznes - kouching v Rossii [Business coaching in Russia]. V sbornike: *Rynohnaya transformatsiya ekonomiki Rossii: problemy, perspektivu, puti razvitiya. Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii [In the collection: Market transformation of the Russian economy: problems, prospects, ways of development. Collection of articles of the International scientific-practical conference]*. 2018. pp. 128-132.
 9. Основные экономические теории: сущность и использование в исследованиях предпринимательства: учебное пособие. Л.Н. Бабак, Е.Б. Гафорова, Е.И. Денисевич, И.Н. Дроздов, Т.В. Ершова, В.В. Жохова, Н.И. Меркушова, А.А. Султанова, Е.В. Хегай. Владивосток. Изд-во Дальневост. Федерал. Ун-та, 2017. 184 с. [Osnovnye ekonomicheskie teorii: sushchnost' i ispol'zovanie v issledovaniyakh predprinimatel'stva: uchebnoe posobie. L.N. Babak, E.B. Gafforova, E.I. Denisevich, I.N. Drozdov, T.V. Ershova, V.V. Zhokhova, N.I. Merkushova, A.A. Sultanova, E.V. Khagai [Basic economic theories: the nature and use of business research: a tutorial]. Vladivostok. Izd-in Dal'nevost. Federal University, 2017. 184 p.]
 10. Тушемилова Н.Н. Основные подходы в развитии теории человеческого капитала. *Альманах современной науки и образования*. 2007. № 4. сс. 180–183. [Tushemilova N.N. Osnovnye podkhody v razvitii teorii chelovecheskogo kapitala. [The main approaches in the development of the theory of human capital]. *Al'manakh sovremennoi nauki i obrazovaniya = Almanac of modern science and education*. 2007. no. 4. pp. 180–183.
 11. Шлякова О.А. Актуальность теории человеческого капитала в современной России. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право*. 2010. Т. 10, № 2. сс. 39–44. [Shlyakova O.A. Aktual'nost' teorii chelovecheskogo kapitala v sovremennoi Rossii. [The relevance of the theory of human capital in modern Russia]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo. = News of Saratov University. New series. Series: Economy. Control. Right*. 2010. Pt. 10, no. 2. pp. 39–44.
 12. Ucbasaran D., Westhead P., Wright M. Opportunity identification and pursuit: Does an entrepreneur's human capital matter? *Small business economics*. 2008. vol. 30 (2). pp. 153–173.
 13. Ковалев В.И., Хатимлянская К.А. Коучинг как инновационный стиль менеджмента персонала в современном глобализованном обществе. *Интернет-журнал Науковедение*. 2015. Т. 7. № 6 (31). с. 49. [Kovalev V.I., Khatimlyanskaya K.A. Kouching kak innovatsionnyi stil' menedzhmenta personala v sovremennom globalizirovannom obshchestve. *Internet-zhurnal Naukovedenie*. [Coaching as an innovative style of personnel management in a modern globalized society. Online Journal of Science]. *Internet-zhurnal Naukovedenie = Online Journal of Science*. 2015, Pt. 7, no. 6 (31). p. 49.]
 14. Агаева А.Н. Управленческое консультирование в системе потребительской

- кооперации: дис. ... канд. экон. наук. Белгород, 2011. 215 с. [Agaeva A.N. Upravlencheskoe konsul'tirovanie v sisteme potrebitel'skoi kooperatsii. [Management consulting in the system of consumer cooperation]. Dis. kand. econ. nauk, Belgorod, 2011. 215 p.]
15. Наследов А.Д. Методы обработки многомерных данных в психологии. СПб., СПбГУ, 1996. 282 с. [Nasledov A.D. Metody obrabotki mnogomernykh dannykh v psikhologii. [Methods for processing multidimensional data in psychology]. St. Petersburg, TWS, 1996. 282 p.]
 16. Дроздов И.Н. Консалтинг в Приморском крае: возможности и ограничения. *Современные тенденции, перспективы развития экономики и управления в странах АТР*, 2016. сс. 250-254. [Drozdov I.N. Konsalting v Primorskom krae: vozmozhnosti i ogranicheniya. [Consulting in Primorsky Krai: opportunities and limitations.]. *Sovremennye tendentsii, perspektivy razvitiya ekonomiki i upravleniya v stranakh ATR = Current trends, prospects for economic development and governance in the APR countries*, 2016. pp. 250-254.]
 17. Школа коучинга. Привлечение клиентов через сарафанное радио [Shkola kouchinga. Privlechenie klientov cherez sarafannoe radio [Coaching school. Attracting customers through word-of-mouth]]. Available at: <http://bizmotiv.ru/category/coaching> (accessed 16.10.2018).
 18. Светлова А. Продвижение коучинга: Как создавать доверие в долгосрочной перспективе [Svetlova A. Prodvizhenie kouchinga: Kak sozdavat' doverie v dolgosrochnoi perspektive [Coaching Promotion: How to build trust in the long run]. Available at: <https://oleontieva.coachguru.ru/prodvizhenie-kouchinga-22-kak-sozdavat-doverie-v-dolgosrochnoj-perspektive/> (accessed 10.10.2018).

Сведения об авторе / About author

Дроздов Игорь Николаевич, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, Школа экономики и менеджмента, Дальневосточный федеральный университет. 690920 Россия, г. Владивосток, кампус ДВФУ, корпус G. ORCID ID: 0000-0001-7311-4920.

E-mail: drozdov.in@dvfu.ru

Igor N. Drozdov, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of Management, School of Economics and Management, Far Eastern Federal University. Building G, Campus FEFU, Russkiy Island, Vladivostok, Russia 690922. ORCID ID: 0000-0001-7311-4920.

E-mail: drozdov.in@dvfu.ru