

Ромина Валентина Владимировна

магистрант

НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа»

г. Москва

DOI 10.31483/r-167342

ЛИЧНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ КАК ПРЕДМЕТ БИЗНЕС-КОУЧИНГА: КОНЦЕПЦИЯ ЛСП И ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

***Аннотация:** в статье представлена авторская концепция личной стратегии предпринимателя (ЛСП), рассматриваемой как самостоятельный предмет бизнес-коучинга. Обосновывается, что систематическое смешение личных целей и бизнес-задач ведёт предпринимателя к стратегической дезориентации и эмоциональному выгоранию, а персональная стратегия как психологический конструкт остаётся теоретически неоформленной в отечественной психологии коучинга. ЛСП определяется как осознанная система личных ценностей, смыслов, ролей и временных горизонтов предпринимателя, аналитически отделимая от стратегии бизнеса, но тесно с ней переплетённая. Концепция помещается в отечественную традицию исследования стратегии жизни и жизненного пути личности и опирается на теорию самодетерминации, теорию нарративной идентичности, представление о рефлексивности как метакомпетенции и доказательный подход в коучинговой психологии. Предложена пятиэтапная модель коучинговой работы по формированию ЛСП и обоснован дизайн пилотного (разведывательного) исследования её эффективности с использованием валидированных русскоязычных психодиагностических инструментов. Делается вывод о том, что концепт ЛСП восполняет теоретический пробел между бизнес-стратегией и лайф-коучингом и создаёт основу для эмпирической проверки практик персонального стратегирования у предпринимателей малого и среднего бизнеса.*

***Ключевые слова:** психология коучинга, бизнес-коучинг, личная стратегия предпринимателя, ценности, рефлексивность, самодетерминация, нарративная*

идентичность, ролевая идентичность, временная перспектива, доказательный коучинг.

Современный предприниматель действует в условиях высокой неопределённости. В управленческой литературе нарастание турбулентности концептуализируется через представление о VUCA-среде, характеризующейся изменчивостью, неопределённостью, сложностью и неоднозначностью [8]; в публицистике для описания той же реальности используется метафора ВANI-мира – хрупкость, тревожность, нелинейность и непостижимость. Рынки меняются непредсказуемо, партнёрства распадаются, привычные ориентиры утрачивают надёжность, а внешние ресурсы перестают быть гарантированной опорой. В этих обстоятельствах всё более очевидным становится противоречие между традиционными инструментами стратегического управления, ориентированными на анализ внешней среды, и потребностью предпринимателя в устойчивом внутреннем основании для принятия решений.

Практика индивидуального бизнес-коучинга обнаруживает повторяющийся феномен: предприниматели систематически смешивают личные цели и задачи бизнеса, отождествляя себя с ролью собственника и подчиняя логику собственной жизни логике развития компании. Подобное смешение ведёт к стратегической дезориентации, хроническому ролевому конфликту и эмоциональному выгоранию. При этом запрос, с которым предприниматель обращается к коучу, как правило, формулируется на «бизнесовом» языке, тогда как за ним стоит вопрос о личных смыслах, ценностях и допустимых для человека способах жить и работать.

В отечественной психологии личности сложилась развитая традиция изучения стратегии жизни и жизненного пути личности [1; 5], в русле которой человек рассматривается как субъект, выстраивающий и реализующий собственную линию жизни. Вместе с тем в психологии коучинга персональная стратегия предпринимателя как частный случай стратегии жизни остаётся теоретически неоформленной. Между развитой областью бизнес-стратегии, с одной стороны, и лайф-коучингом, с другой, существует содержательный разрыв: отсутствует

предмет, который удерживал бы предпринимателя как человека, чья личность неотделима от роли собственника, но не тождественна ей. Настоящая статья сужает общий конструкт стратегии жизни до специфической популяции – предпринимателей, у которых личность и роль собственника тесно сращены, – и в этом видит свою новизну. Цель статьи – представить авторскую концепцию личной стратегии предпринимателя (далее – ЛСП) как самостоятельного предмета бизнес-коучинга и предложить дизайн пилотного исследования её эффективности.

Теоретические основания концепции.

Прежде всего концепция ЛСП наследует отечественной традиции изучения стратегии жизни. В работах К.А. Абульхановой-Славской стратегия жизни понимается как способ согласования личностью своих ценностей, притязаний и возможностей с условиями жизни, а сам человек выступает субъектом, активно выстраивающим её линию [1]. Это представление продолжает идею жизненного пути личности С.Л. Рубинштейна, согласно которой личность не только формируется обстоятельствами, но и сама определяет своё отношение к ним [5]. ЛСП мы рассматриваем как частный случай стратегии жизни, специфицированный для предпринимателя – субъекта, чья жизненная линия неотделима от роли собственника. Помимо этой базовой рамки, концепция опирается на ряд устоявшихся положений психологии личности и психологии коучинга.

Первым специальным основанием выступает теория самодетерминации, согласно которой устойчивая внутренняя мотивация формируется при удовлетворении базовых психологических потребностей в автономии, компетентности и связанности, а внутренне мотивированное поведение оказывается более устойчивым, чем поведение, подкрепляемое внешними стимулами [9]. Применительно к предпринимательской деятельности это означает, что человек сохраняет устойчивость ровно в той мере, в какой опирается на собственные ценности и смыслы, а не на нестабильные внешние ресурсы. Данное положение задаёт основу работы с ценностями в структуре ЛСП.

Вторым основанием является теория нарративной идентичности, в рамках которой идентичность понимается как история, которую человек рассказывает о

себе и посредством которой придаёт связность собственному опыту [11]. С этой точки зрения кризис интерпретируется не как разрушение идентичности, а как завершение одной главы личной истории и необходимость авторского перехода к следующей. Коучинговая работа по созданию ЛСП включает ретроспективный анализ жизненного пути и реавторинг – восстановление позиции предпринимателя как протагониста собственной истории.

Третьим основанием служит представление о рефлексивности как метакомпетенции – психическом свойстве, обеспечивающем осознание человеком собственных паттернов, стратегий и ценностных структур [2]. Рефлексивность рассматривается нами как ключевой механизм, посредством которого предприниматель обнаруживает внутренние опоры и формирует личную стратегию. Существенно, что рефлексивность операционализируема и поддается измерению, что делает её удобным конструктом для эмпирического исследования.

Четвёртым основанием выступает концепция временной перспективы личности, описывающая устойчивые установки человека по отношению к прошлому, настоящему и будущему; сбалансированная временная перспектива рассматривается как условие психологического благополучия и долгосрочного целеполагания [14]. Способность выстраивать долгосрочный личный вектор предполагает определённую конфигурацию временной ориентации, которую возможно диагностировать стандартизированным инструментарием.

Наконец, методологической рамкой работы является доказательный подход в коучинговой психологии, предполагающий опору на верифицируемые данные и работу с нормальной, неклинической популяцией в логике развития, а не терапии дефицита [10]. Именно в этой логике ЛСП мыслится как инструмент развития, эффективность которого подлежит эмпирической проверке.

Перечисленные основания принадлежат разным исследовательским парадигмам: теория самодетерминации опирается на реалистское допущение об универсальных потребностях, тогда как теория нарративной идентичности исходит из конструкционистского понимания Я как собираемого в рассказывании о себе.

Это совмещение для нас осознанно и неслучайно: мотивационный план объясняет, что придаёт человеку устойчивость и энергию, а нарративный – как человек придаёт своему опыту связность и авторство. Базовой рамкой, удерживающей оба плана, выступает субъектный подход к стратегии жизни [1; 5], а рефлексивность рассматривается как механизм, связывающий ценностно-мотивационный и нарративный уровни в единую работу по построению ЛСП.

Содержание концепции ЛСП.

Под личной стратегией предпринимателя мы понимаем осознанную систему личных ценностей, смыслов, ролей и временных горизонтов человека, аналитически отделимую от стратегии бизнеса и принадлежащую человеку, а не компании. Аналитическая отделимость не означает фактической независимости: у предпринимателя личная и деловая стратегии тесно переплетены, и именно их неразличение в практике порождает стратегическую дезориентацию. Задача ЛСП – не разорвать эту связь, а сделать её осознанной и управляемой. В отличие от бизнес-стратегии, отвечающей на вопрос о развитии актива, ЛСП отвечает на вопрос о том, как и ради чего человек проживает собственную жизнь, оставаясь при этом собственником. Существенно, что ЛСП не тождественна Я-концепции или личности в целом: в её состав входят лишь те ценностно-смысловые и ролевые структуры, которые имеют стратегическое, то есть долгосрочное и направляющее, значение для согласования сфер жизни.

Несущей конструкцией ЛСП выступают личные ценности, понимаемые в духе теории базовых ценностей как устойчивые мотивационные ориентиры, упорядоченные по значимости [12]. Ценности выполняют функцию компаса: они дают ответ на вопрос «зачем» независимо от внешних изменений и обеспечивают синхронизацию различных сфер жизни – личной, деловой и семейной. В ситуации кризиса именно ценностно-смысловая структура оказывается тем основанием, которое невозможно утратить под действием внешних обстоятельств [3].

Второй компонент ЛСП – ролевая архитектура предпринимателя. Современный собственник одновременно существует в нескольких несводимых друг к

другу ролях – собственника, операционного управляющего, члена семьи, публичной фигуры – и при этом не может полностью «выйти» из роли собственника. Концепция ЛСП исходит из того, что роль невозможно устранить, но возможно осознать. Работа с ролевой архитектурой включает построение полной карты ролей, установление их ценностно обоснованной иерархии и соотнесение с долгосрочным вектором, что позволяет различать стратегически ключевые и ситуативные роли. Целью является не устранение ролевого многообразия, а формирование осознанной, иерархически упорядоченной и ценностно обоснованной ролевой структуры.

Важно подчеркнуть, что роли предпринимателя имеют не только внутриспсихическую, но и реляционную природу: в теории идентичности роль формируется и поддерживается во взаимодействии с другими и закрепляется через подтверждение со стороны значимых партнёров по интеракции [13]. Роль собственника существует в отношениях с командой, партнёрами и семьёй, поэтому такие задачи, как преемственность и поколенческий переход, представляют собой не только индивидуальную, но и межличностную, системную работу. Соответственно ЛСП учитывает социальный контекст ролей: осознание ролевой архитектуры предполагает прояснение того, кем и как роли предпринимателя подтверждаются или оспариваются в его окружении.

Пятиэтапная модель коучинговой работы.

Формирование ЛСП в коучинговой работе мы предлагаем структурировать в виде последовательности из пяти этапов. Первый этап – ретроспектива и ценностный аудит – предполагает анализ жизненного пути, выявление повторяющихся паттернов и построение карты ценностей и смыслов как внутренних опор. Второй этап – построение карты реальности – фиксирует актуальное положение предпринимателя в сферах «Я», «Бизнес» и «Семья», описывает действующие роли и разграничивает работающие и нефункциональные стратегии. Третий этап – формирование видения и вызова – направлен на выработку долгосрочного ценностного вектора, понимаемого не как план, а как ориентир, и на проработку сценариев. Четвёртый этап – определение необходимых изменений – отвечает на

вопрос о том, что предпринимателю следует начать делать иначе, и уточняет ролевые приоритеты и поведенческие стратегии. Пятый этап – построение дорожной карты – переводит видение в конкретные шаги и точки сдвига, оформляемые в виде живого документа личной стратегии.

Концептуальной опорой для работы с вызовом служит представление о ядре хорошей стратегии, включающем честный диагноз ситуации, направляющий принцип и систему согласованных действий; при отсутствии честного диагноза стратегия вырождается в список желаний [6]. Перенос этой логики в пространство личной стратегии означает, что точно сформулированный вызов перестаёт быть угрозой и превращается в горизонт, организующий энергию предпринимателя. Иллюстрацией работы модели может служить случай из практики: сооснователь технологической компании обращался с запросом, сформулированным как управленческий («как выстроить управление и обеспечить рост»), тогда как действительным запросом оказалась потребность в ином способе жить в условиях генерационного перехода при действующем отце-основателе. Прохождение этапов модели позволило отделить роль собственника от личности, обнаружить за «бизнесовым» запросом реальный и перевести ценности в управляемые жизненные выборы. Описанный случай носит иллюстративный характер и не претендует на статус эмпирического доказательства эффективности, что обуславливает необходимость самостоятельного исследования.

Дизайн пилотного исследования.

Для предварительной проверки эффективности ЛСП как инструмента бизнес-коучинга мы предлагаем дизайн пилотного (разведывательного) исследования, сочетающего качественную и количественную стратегии. Учитывая ограниченные возможности атрибуции эффекта в работе одного практикующего коуча, исследование на данном этапе ставит задачу не доказательства эффективности, а проверки осуществимости процедуры и порождения гипотез для последующих контролируемых исследований. Цель исследования – выявить связь между прохождением программы формирования ЛСП и изменениями в рефлексивности,

временной перспективе и субъективном переживании ценностной согласованности у предпринимателей. Исследовательские вопросы формулируются следующим образом: каким образом структура личной стратегии различается у предпринимателей разного управленческого уровня; сопровождается ли коучинговая работа по формированию ЛСП измеримыми изменениями изучаемых показателей; как сами предприниматели описывают эффект персонального стратегирования.

Предполагаемую выборку составляют предприниматели малого и среднего бизнеса, разделённые по уровню управления (собственники-операторы и собственники, отошедшие от оперативного управления), что позволяет осуществить сравнительный анализ. Качественная часть исследования строится на полуструктурированных глубинных интервью, материалы которых подлежат тематическому анализу для реконструкции структуры ЛСП и типичных паттернов смешения личных и деловых целей. Количественная часть опирается на валидированные русскоязычные психодиагностические инструменты. Поскольку центральным конструктом ЛСП являются ценности и смыслы, ведущими инструментами выступают опросник ценностей в русскоязычной адаптации [12] и тест смысло-жизненных ориентаций [4], позволяющий оценить субъективную осмысленность и согласованность жизни. В качестве дополнительных характеристик измеряются рефлексивность [2] и временная ориентация [7]. При этом мы учитываем, что рефлексивность трактуется как относительно устойчивое психическое свойство, поэтому её динамика на коротком горизонте интерпретируется осторожно – скорее как индикатор активизации рефлексивных процессов, чем как изменение самого свойства. Измерения проводятся до и после прохождения программы, что соответствует логике оценки коучинговых интервенций в доказательном подходе [10].

В качестве критериев эффективности рассматриваются рост осмысленности и ценностной согласованности (по данным теста смысло-жизненных ориентаций и опросника ценностей), сдвиг в сторону сбалансированной временной перспективы и активизация рефлексивных процессов. К ограничениям предлагаемого

дизайна следует отнести вероятную небольшую численность выборки, характерную для работы с предпринимателями высокого уровня, отсутствие рандомизированной контрольной группы, а также совмещение в одном лице исследователя, разработчика метода и проводящего интервенцию коуча, что создаёт риск систематического смещения в пользу проверяемого подхода. Без контрольной группы наблюдаемые изменения нельзя однозначно отнести к действию интервенции, поскольку возможно влияние созревания, эффекта ожиданий и регрессии к среднему. Перечисленные ограничения определяют разведывательный статус исследования, необходимость осторожной интерпретации результатов и задают направления для последующих контролируемых исследований.

Заключение.

Предложенная концепция личной стратегии предпринимателя восполняет теоретический пробел между бизнес-стратегией и лайф-коучингом, вводя самостоятельный предмет бизнес-коучинга – осознанную систему личных ценностей, смыслов, ролей и временных горизонтов человека. Опора на теорию самодетерминации, нарративную идентичность, представление о рефлексивности и концепцию временной перспективы позволяет рассматривать ЛСП не как метафору, а как операционализируемый конструкт, доступный эмпирической проверке. Пятиэтапная модель коучинговой работы задаёт воспроизводимую процедуру формирования личной стратегии, а предложенный дизайн пилотного исследования создаёт основу для последующей доказательной оценки её эффективности. Дальнейшая работа предполагает реализацию описанного исследования и уточнение психометрических критериев эффективности персонального стратегирования у предпринимателей малого и среднего бизнеса.

Список литературы

1. Абульханова-Славская К.А. Стратегия жизни / К.А. Абульханова-Славская. – М.: Мысль, 1991. – 299 с. EDN SGBTRN
2. Карпов А.В. Рефлексивность как психическое свойство и методика её диагностики / А.В. Карпов // Психологический журнал. – 2003. – Т. 24. №5. – С. 45–57. EDN OOUYBSN

3. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности / Д.А. Леонтьев. – 4-е изд., испр. – М.: Смысл, 2019. – 582 с.
4. Леонтьев Д.А. Тест смысложизненных ориентаций (СЖО) / Д.А. Леонтьев. – 2-е изд. – М.: Смысл, 2006. – 18 с.
5. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2002. – 720 с. EDN TDWNDE
6. Румельт Р. Хорошая стратегия, плохая стратегия. В чём отличие и почему это важно / Р. Румельт; пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 448 с.
7. Сырцова А. Адаптация опросника временной перспективы личности Ф. Зимбардо / А. Сырцова, Е.Т. Соколова, О.В. Митина // Психологический журнал. – 2008. – Т. 29. №3. – С. 101–109. EDN INMJJJ
8. Bennett N. What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world / N. Bennett, G.J. Lemoine // Business Horizons. 2014. Vol. 57. No. 3. Pp. 311–317.
9. Deci E.L. The «what» and «why» of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior / E.L. Deci, R.M. Ryan // Psychological Inquiry. 2000. Vol. 11. No. 4. Pp. 227–268.
10. Grant A.M. Towards a psychology of coaching: The impact of coaching on metacognition, mental health and goal attainment. Sydney: Macquarie University, 2001. 174 p.
11. McAdams D.P. The stories we live by: Personal myths and the making of the self. New York: William Morrow & Co., 1993. 336 p.
12. Schwartz S.H. An overview of the Schwartz theory of basic values // Online Readings in Psychology and Culture. 2012. Vol. 2. No. 1. Article 11.
13. Stryker S. The past, present, and future of an identity theory / S. Stryker, P.J. Burke // Social Psychology Quarterly. 2000. Vol. 63. No. 4. Pp. 284–297. EDN HAJCFV
14. Zimbardo P.G. Putting time in perspective: A valid, reliable individual-differences metric / P.G. Zimbardo, J.N. Boyd // Journal of Personality and Social Psychology. 1999. Vol. 77. No. 6. Pp. 1271–1288. EDN GXUJBZ