

Янина Анастасия Александровна

магистрант

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский
университет «Высшая школа экономики»

г. Москва

DOI 10.31483/r-167780

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ АЛГОРИТМА ВЫХОДА НА ИСТИННЫЙ ЗАПРОС КЛИЕНТА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ МОТИВАЦИИ: НАУЧНО ОБОСНОВАННЫЙ ВЗГЛЯД

***Аннотация:** в статье рассматриваются теоретические аспекты мотивации, формирование рабочего альянса коуча и клиента, алгоритм выхода на истинный запрос клиента в коучинге. Автор отмечает, что первоначальные запросы часто не отражают глубинных потребностей клиента, что требует переконтрактования в ходе сессий.*

***Ключевые слова:** коучинг, запрос, мотивация, самоэффективность, потребность, ценность, самоактуализация.*

На первой коучинговой сессии формируется контракт на сессию с клиентом и коучинг в целом. Однако в процессе работы контракт может меняться вследствие того, что первоначальные запросы клиентов не являются истинными.

В бизнес-практике клиенты часто работают со следующими основными запросами клиентов: увеличение дохода, переход в управленческую позицию, масштабирование бизнеса, смена должности и др.

Вместе с тем, в процессе переконтрактования и взаимодействия с клиентом, происходит выход на истинный запрос, зачастую связанный с мотивацией, ценностями, самоопределением.

Мотивация – совокупность движущих сил поведения человека, образующих ценностно-смысловое ядро личности. Мотивы часто не осознаются, но они направляют деятельность [1].

Научная проблема заключается в недостаточности механизмов эффективного определения цели клиента на начальном этапе работы, влияющей на его эффективность и результативность.

Цель статьи – предложить теоретический алгоритм выхода на истинный запрос клиента, отражающий его внутренние потребности и ценности, построенный на базе теории самодетерминации Эдварда Деси и Ричарда Райана, теории самоэффективности Альберта Бандуры, иерархии потребностей Абрахама Маслоу, а также на основании установления рабочего альянса коуча и клиента.

Теоретический характер статьи опирается на научно обоснованные методы работы коучинга, предлагая авторский теоретический алгоритм, требующий дальнейшего теоретического изучения, тестирования и апробации в практике коучинга.

Рабочий альянс.

Научная концепция теоретического алгоритма может быть рассмотрена через призму эффективности взаимодействия коуча и клиента.

Проведенный на 27 выборках метаанализ в области коучинга продемонстрировал умеренную и устойчивую связь между качеством рабочего альянса и результатами клиента. Рабочий альянс положительно коррелировал со всеми желаемыми результатами коучинга ($r = .41$, 95% CI [.34,.48], $p < .001$). Результаты исследования не выявили различий между клиентами, квалификацией коучей, количества коучинговых сессий и взглядов клиентов или коучей [5].

Иерархия потребностей.

Иерархия потребностей Абрахама Маслоу рассматривается в данной статье как концептуальная модель, которая может быть встроена в алгоритм определения уровня потребности клиента, которую он стремится удовлетворить через заявленную цель на коучинг. Потребности могут быть различные: и в безопасности, и в принадлежности, признании, самореализации, самоактуализации [2]. Запрос на открытие бизнеса может быть и потребностью в признании, и потребностью в самоактуализации, а стремление масштабировать бизнес – потребностью

в принадлежности. Для определения потребности предлагается использование открытых вопросов и универсальных техник коучинга.

Теория самодетерминации.

Теория самодетерминации Э. Деси и Р. Райана объясняет механизмы мотивации человека и рассматривает его стремление к развитию как неотъемлемую часть человеческой природы, а внутренняя мотивация связана с удовлетворением потребностей в автономии, компетентности и связанности [4].

Потребность в автономии – это восприятие собственных действий как принятых по собственной воле. Потребность в компетентности – выполнение активности, соответствующей оптимальному уровню сложности для конкретного индивида. Связанность – это потребность субъекта

к принадлежности и взаимосвязи с другими людьми. Так, клиентский запрос на увеличение дохода может быть связан с потребностью в автономии или признании значимых для него людей. В коучинговой практике выявление потребностей в соответствии с теорией самодетерминации требуют анализа возможности применения шкалирования, открытых вопросов

и универсальных коучинговых техник.

Теория самоэффективности.

Теория самоэффективности Альберта Бандуры – это вера в эффективность собственных действий индивида и ожидание желаемого исхода: человек начинает действовать, когда верит, что его усилия приведут к успеху [3].

В коучинговой практике это может определяться в процессе проверки запроса клиента на экологичность, например, «Насколько Вы верите, что можете этого достичь?». Также может быть использована техника «Польза и вера в свои силы».

Таким образом, алгоритм выхода на истинный запрос предлагается рассмотреть посредством взаимосвязи всех четырех теоретических компонентов модели:

- установления рабочего альянса между коучем и клиентом.
- квалификация запроса в соответствии с иерархией потребностей;

- удовлетворения потребности клиента в принадлежности, компетентности и связанности;
- наличия веры в эффективности собственных действий;
- переформулирование и выход на истинный запрос (рис. 1).

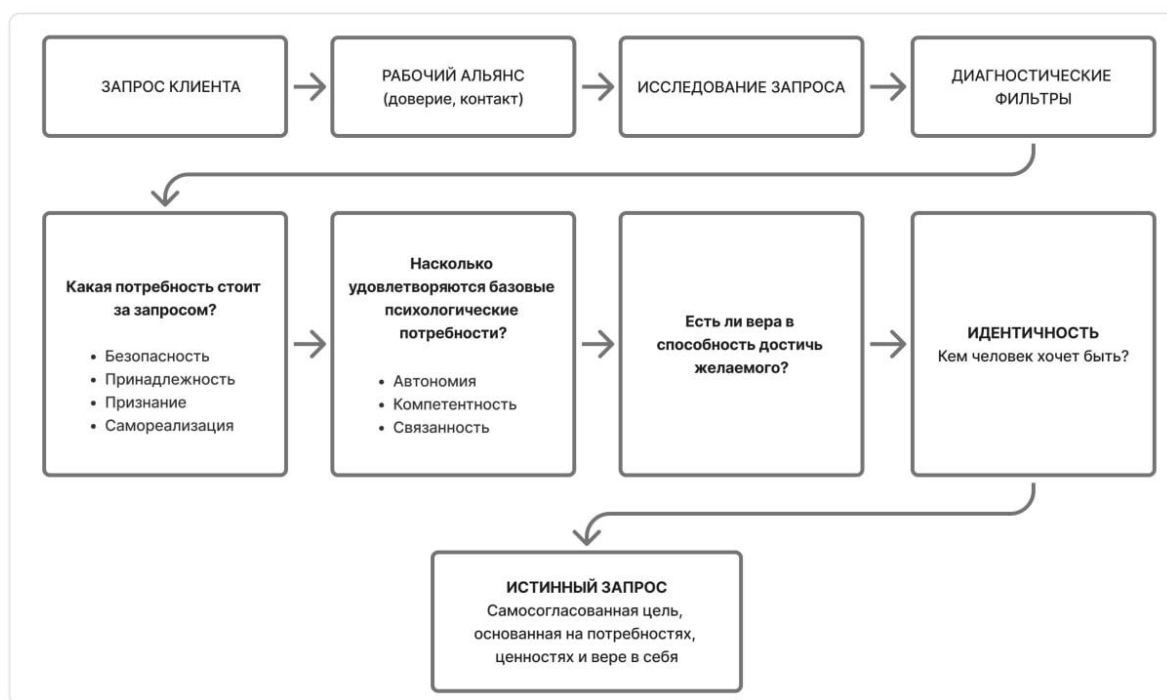


Рис. 1. Схема алгоритма выхода на истинный запрос клиента

Таким образом, к теоретическому рассмотрению предлагается разделить алгоритм на этапы. На первом этапе – сформировать доверительный рабочий альянс и безопасное пространство для изменений клиента; зафиксировать заявленный запрос клиента. На втором – определение потребности, стоящей за сформулированным запросом клиента. На третьем этапе осуществляется проверка мотивации клиента на удовлетворенность потребностей в автономии, компетентности и связанности. Четвертый этап отвечает на вопрос веры клиента в достижении собственной цели. На пятом, итоговом этапе, осуществляется переформулирование и определяется истинный запрос клиента.

Список литературы

1. Антонова Н.В. Коучинг в бизнесе: учеб. пособ. для вузов / Н.В. Антонова, Л.В. Казинцева, Н.А. Сизова. – М.: Юрайт, 2020. – 202 с.

2. Маслоу А. *Мотивация и личность* / А. Маслоу. – СПб.: Питер, 2019. – 400 с.
3. Bandura A. Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change // *Psychological Review*. 1977. Vol. 84. No. 2. Pp. 191–215. DOI: 10.1037/0033-295X.84.2.191.
4. Deci E. L., Ryan R.M. *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum Press, 1985. XV, 371 p.
5. Graßmann C., Schölmerich F., Schermuly C.C. (2020). The relationship between working alliance and client outcomes in coaching: A meta-analysis. *Human Relations*, 73(1), 35–58. DOI: 10.1177/0018726718819725