

Perspektywa rozwoju coachingu w Polsce na terenach poza aglomeracyjnych – podejście praktyczne

Rynek coachingu w Polsce szacowany jest na niemal 40 mln zł, jednakże wciąż wydaje się być tematem mało rozpowszechnionym i dostępnym. O ile w dużych miastach zjawisko coachingu jest stosunkowo dobrze znane, to już w mniejszych miejscowościach niestety idea coachingu często jest wypaczona i niezrozumiała. Często na spotkaniach leaderskich można usłyszeć: „już ja go wycoachuję”. Idea coachingu w takiej sytuacji jest boleśnie przekręcana i trzeba tutaj dosadnie powiedzieć, że nie ma ona nic wspólnego z prawdziwym coachingiem.

Co zatem jest główną ideą coachingu?

W coachingu ważne jest to, by wspomagać ludzi w zdobyciu tego, czego pragną, bez robienia tego za nich lub mówienia im, co mają robić. Coaching zawsze dotyczy relacji między dwoma osobami, a mianowicie pomiędzy klientem i coachem. To klient wydobywa swoje cele na powierzchnię, sprawdza swoje potrzeby, swoje priorytety, wartości, planuje drogę i zaczyna działać. A coach cały czas wspiera go na tej drodze, motywuje i nie pozwala „zasnąć”. Coaching często bywa mylony z doradzaniem lub szkoleniem. Dlaczego zatem coaching nie jest doradztwem? Doradca, jak sama nazwa wskazuje, daje rady, podczas gdy coach rad nie daje, nie przeprowadza zmiany, nie odpowiada za cel klienta. Co zatem robi coach? W głównej mierze coach inspirowanie do tego by klient dowiedział się, jakie są jego marzenia, zanalizował rzeczywistość, wymyślił drogi z tej rzeczywistości do wybranego dążenia i po prostu to zrobił. W coachingu pracuje się na zasobach klienta. Co to są te zasoby? To wszystko, co klient ma do dyspozy-



cji na różnych płaszczyznach: fizycznej (co posiada), intelektualnej (co wie), emocjonalnej (jak się czuje) oraz społecznej (kto go wspiera). Te zasoby to ukryte skarby klienta, dzięki którym może on realizować swoje marzenia. W oparciu jedynie o siłę pytań, stawiania celów i budowania poczucia odpowiedzialności za ich realizację tworzy się u klienta wiara we własne możliwości. Często sesje coachingowe pomagają dookreślić swoje style myślenia, style działania i pozwalają ustalić jak klient komunikuje się z innymi. Jeśli coach ma w swoim repertuarze różnego rodzaju narzędzia psychometryczne, to często łatwiej jest zastartować cały proces coachingowy i ustalić realne i mierzalne dla klienta cele.

W coachingu bardzo ważne jest zaufanie. Bez niego, klient się nie otworzy i nie będzie można eksplorować żadnych jego skarbów. Coach, do którego klient ma zaufanie jest na wagę złota, bo wierzy w klienta oraz w jego sprawczość. Jeśli coach kieruje się zasadą zaufania, klient czuje, że jest zdolny, posiada wystarczające zasoby, aby osiągnąć własne cele, ma talenty wystarczające, aby sprostać stawianym sobie samemu wyzwaniom. Jednocześnie czuje, że jest kreatywny, może znajdować rozwiązania, odkrywać nowe opcje i sposoby działania. Dobry coach stwarza przestrzeń do działania, podejmowania prób i czynienia postępów, a klient sam określa cele plany i działania. W tym miejscu trzeba dodać, że coach ma odwagę zadawania trudnych pytań, pozwala na mierzenie się z trudnościami bez chęci upiększania sytuacji. Czasem komunikacja w sposób bezpośredni, bez zwrotów zmiękczających może być trudna, ale jednocześnie sprzyja ona rozwijaniu refleksji klienta i zwiększeniu jego samoświadomości.

Na całym świecie mamy ponad 60 tysięcy osób wykonujących zawód coacha. Prekursorem coachingu był Thomas Leonard w latach osiemdziesiątych XX wieku. Do Polski trafił on na początku XXI wieku. Według najnowszych statystyk International Coach Federation (ICF), coaching przyczynia się do podwyższenia osiągnięć zawodowych nawet o 70%, zarządzania biznesowego o 61%, zarządzania czasem o 57% oraz skuteczności zespołu o 51%. Gdy wgłębiamy się dalej w analizy ICF około 80% osób, które skorzystały z coachingu, podwyższyły pewność siebie, 73% polepszyło swoje relacje interpersonalne, 72% zmieniło komunikacyjne nawyki, a 67% polepszyło proporcje pomiędzy pracą, a życiem zawodowym. W Stanach Zjednoczonych i krajach Europy zachodniej zauważamy w ostatnich latach zwiększony popyt na usługi coachingowe. Przyczyną tego stanu jest globalna zmiana percepcji coachingu. Wcześniej coaching był uważany jako dobro luksusowe i przeznaczony był tylko dla liderów wyższego szczebla. W chwili obecnej zaczął on również docierać do nowego rodzaju odbiorcy, który nie jest już VIP'em. Zaczęli korzystać z usług coachingowych również normalni ludzie, którym zależy na zweryfikowaniu swoich założeń myślowych stosowanych do tej pory, a które w nowej sytuacji nie są już adekwatne. Widzimy ogromne możliwości coachingu w sektorach niszowych, takich jak coaching dla osób planujących emeryturę, coaching dla młodych mam, coaching dietetyczny czy żywieniowy, coaching finansowy i inne. Co ważne, zawód coacha był dotychczas zawodem nieuregulowanym, ale w związku ze zwiększeniem zainteresowania na te usługi, zachodzi realna konieczność wprowadzenia możliwości porównywania jakości usług oraz zwiększenia bezpieczeństwa klienta, będącego w trakcie procesu coachingowego. Przykładowo organizacja, o której była mowa powyżej – ICF czyli International Coach Federation, istnieje już od 25 lat. Jest to miejsce gdzie coachowie mogą uzyskać certyfikacje, a organizacje szkoleniowe akredytacje. Dla ICF ważny jest kodeks etyczny, do którego przestrzegania zobowiązani są wszyscy certyfikowani coachowie. Dzięki temu klient może mieć pewność, że współpracuje z osobą, która wyznaje określone zasady, a jej umiejętności zostały sprawdzone przez niezależną jednostkę. Zawód coacha w Polsce znajduje się w bardzo wczesnej fazie rozwoju, natomiast rezerwy tkwiące w tej dziedzinie są ogromne. Już dziś systematycznie rośnie świadomość korzyści wynikających ze współpracy z coachami. Wielu polskich przedsiębiorców zaczyna wreszcie postrzegać spotkanie indywidualne w kategoriach skutecznej metody samorozwoju, a nie zachcianki, czy panującej mody. Z drugiej strony wiele osób zaczyna sięgać po usługi coacha nie tyle w kontekście samej pracy, co bardziej swojego życia osobistego, bądź pasji. Coaching ma przywracać wiarę w siebie i poczucie zaufania, ułatwiać stawianie czoła wyzwaniom, ma też kluczowe znaczenie dla zaspokojenia zawodowych wyzwań dlatego powinien być dostępny również dla mieszkańców mniejszych miast i wsi, samorządów lokalnych i mniejszych przedsiębiorstw. Śmiem twierdzić, że jest bardziej potrzebny osobie prowadzącej jednoosobową działalność gospodarczą niż pracownikowi korporacji.

Dzisiejszy trudny czas niepewności w jakiej żyjemy, czas ciągłej zmiany, czas zamknięcia z powodu covid, kiedy wiele szkoleń, a nawet terapii przenosi się do on-line, staje się wspaniałą możliwością do skorzystania z usług coachingowych w całej Polsce, wszędzie tam, gdzie jest dostęp do internetu.

Przykładem modelu, który proponujemy jest Akademia Mentoringu Ewangelicznej Polski (<https://ewangeliczna.pl/mentoring/>), w której mentor (doświadczony lider, wolontariusz), dysponujący określoną wiedzą lub doświadczeniem, przekazuje swoje zasoby osobie mentorowanej (mentee), w odpowiedni sposób i we właściwym czasie, aby wzmocnić go, wspomóc jego rozwój i doprowadzić go do dojrzałości. Sesje mentoringowe odbywają się on-line, ale nie stanowi to utraty wartości samego mentoringu. Uczestnicy Akademii osiągają cele, jakie stawiają sobie na początku dziesięciomiesięcznego procesu mentoringowego. Drugim przykładem realnej pomocy jest program „Bankowcy dla Edukacji”, który jest wspólną inicjatywą banków i firm infrastruktury bankowej realizowaną we współpracy z instytucjami publicznymi, samorządami, organizacjami pozarządowymi i mediami (<https://bde.wib.org.pl/>). Ten program to odpowiedź na wieloletnie wyzwania społeczne i rozwojowe dotyczące zagadnień edukacji ekonomicznej, cyberbezpieczeństwa i przedsiębiorczości. Organizatorem prac w ramach tego programu jest Warszawski Instytut Bankowości – jeden z czołowych i cenionych NGO w Polsce w zakresie szeroko rozumianej, pozaformalnej edukacji w obszarze finansów i cyberbezpieczeństwa. W tym programie również wolontariusze – doświadczeni bankowcy lub przedstawiciele rynku kapitałowego przekazują swoją wiedzę dalej, głównie uczniom i studentom. Robią to zgodnie z maksymą Warrena Buffetta, że „Inwestowanie w siebie to najlepsza rzecz, którą możesz zrobić. Rób wszystko to, co poprawia twoje talenty; to jest coś czego nikt nie może ani opodatkować, ani tobie odebrać.”

Patrząc na te i inne przykłady dzielenia się wiedzą przez wolontariuszy Fundacja Matuzalem wyznacza nowe kierunki pracy z ludźmi na terenach poza aglomeracyjnymi. W ramach projektu „Macierzyństwo dziś i jutro – program wsparcia rozwoju psychologiczno-społecznego kobiet” opracowaliśmy koncepcję warsztatów dla przyszłych mam oraz dla młodych mam. Projekt ten jest finansowany przez Narodowy Instytut Wolności. „Warsztat dla przyszłych mam” dedykowany jest dla kobiet, które w bliskiej perspektywie planują zajść w ciążę lub obecnie ten stan przeżywają. Główne cele warsztatu to: psychoedukacja, wsparcie psychologiczne oraz otwarcie na grupę. Warsztat ten będzie się składał z następujących obszarów tematycznych:

1. Nowa rola w moim życiu – co może się zmienić w relacjach? Jako przyszłej mamie mogą mi się zmienić relacje z ojcem dziecka, z rodziną, pracodawcą, przyjaciółmi, z samą sobą. Jak się na to przygotować? Gdzie jest granica między moim komfortem i dobrostanem, a zabieganiem o akceptację innych?

2. Obawa przed nowym – kompetencje osobowe, które warto w sobie rozwijać i podkreślać, wchodząc w nową rolę. Budowanie wiary we własne możliwości i poczucie wartości.

3. Nie mogę lub nie chcę zajść w ciążę – budowanie wokół siebie relacji pełnych wsparcia, a nie oceny.

4. A jeśli będę złą mamą? – o tym, jaki mamy wpływ na realizację nowych ról, czy jesteśmy skazane na przenoszenie niechcianych wzorców ze starszych pokoleń, o tym – kim jest dobra mama współcześnie?

Natomiast „Warsztat dla młodych mam” będzie pomocą w usystematyzowaniu na nowo (po narodzinach dziecka) celów życiowych i właściwej – indywidualnej dla każdej uczestniczki hierarchii wartości. Będzie on przeprowadzany pod hasłem: „Inspirujemy ludzi, aby niemożliwe stało się możliwe. Uwierz w siebie i działaj!”. Realizacja warsztatów on-line pozwoli pokonać trudności związane z koniecznością pokonania przeszkód komunikacyjnych i logistycznych.

Na naszym celowniku jest aktywne wspieranie kobiet w dążeniu do celu, jakim jest awans zawodowy. Chcemy przerwać jedynie manifestowanie udawanego poparcia dla różnorodności płciowej,

ale planujemy realną pomoc w postaci stworzenia w 2022 roku Akademii Coachingu Fundacji Matuzalem. Akademia zrzeszać będzie doświadczonych coachów chcących wspierać potrzebujące kobiety w całej Polsce. Uważamy, że każda kobieta w Polsce niezależnie od miejsca zamieszkania, statusu społecznego czy wykształcenia zasługuje na podobne szanse rozwoju, a każde działanie wspierające, które realizowane jest dzięki wsparciu ze środków publicznych powinno te nierówności i deficyty niwelować. Ze względu na cele statutowe Fundacji Matuzalem nasze działania chcemy skupiać na mieszkańcach obszarów wiejskich i małych miasteczek.

W naszej autorskiej propozycji wsparcia dla mam znajduje się też projekt „bazy wiedzy” w postaci bloga, który poruszał będzie takie trudne tematy jak ciałopozytywność i normalizacja połogu. Znajdą się tam teksty, nagrania i inne przydatne informacje dla mam w tym szczególnym okresie życia. W ramach tego działania stworzymy też grupę na FB, która pozwoli młodym mamom wzajemnie się komunikować i swobodnie rozmawiać. Regularne spotkania, warsztaty w realiach połogu i karmienia są prawie niewykonalne, ale dzięki opisanym powyżej działaniom możliwe będzie chociaż minimalne wzajemne wsparcie i komunikacja.



Sfinansowano przez Narodowy Instytut
Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa
Obywatelskiego ze środków Programu Rozwoju
Organizacji Obywatelskich na lata 2018-2030

