



Szubjektív prognózis a coaching jövőjéről

A coaching mint a csapatok és egyének fejlesztését célzó módszertani megközelítés Magyarországon éppúgy, mint Európában vagy a tengerentúlon is, először az üzleti életben vált általánossá. Ezzel párhuzamosan kialakult az a feltételezés, hogy a coaching egy a gazdasági elit, vagy épp a multinacionális cégek számára megfizethető üzleti szolgáltatás. Erősödött az a percepció is, hogy a coaching a hétköznapi emberek számára elérhetetlen, szükségtelen vagy megfizethetetlen, esetleg az életvezetési kérdések megoldására kevésbé alkalmas módszertan, mint a pszichológiai tanácsadás vagy az egyéni terápia, esetleg a kineziológus és más spirituális segítők.

A coaching iránti üzleti igények növekedése a multinacionális cégek által hozott, humánerőforrás-fejlesztést központba helyező vállalati kultúra elterjedésével párhuzamosan haladt, melyre a képzési piac a coach-képzések számának növekedésével reagált. Egyre több coach kezdett el dolgozni, s bizonyította a módszer hatékonyságát. Hamarosan az eddig csak a csúcsvezetők és felsővezetők számára elérhető coaching-folyamatok megjelentek a külföldi majd később a magyar tulajdonú cégek középvezetőit célzó képzési tervekben is. Az egyéni coaching mellett egyre több vállalati csapat fejlesztésében is sikeres módszernek bizonyult a coaching. A számos coach-szervezet jószolgálati munkájának köszönhetően a coaching eljutott a civil-szervezetekhez és a nonprofit szférához, majd az egészségügybe és az oktatásba is.

S mivel a hazai képzésből kikerülő coachok száma is jelentősen nőtt, köztük egyre nagyobb igény támadt a specializálódásra. A klasszikus vezetői és vállalati, üzleti példák mellett megjelentek a korhoz, témához, szakterülethez kötődő coaching-ágazatok is.

A coaching szemlélet terjedése

Egyértelmű, hogy a nemzetközi vállalatoknál továbbra is a coaching marad (a team-coaching jellegű vagy interaktív tréningek és az e-learning mellett) a humánerőforrás-fejlesztés hatékony és kedvelt eszköze mind egyéni, mind csoportos, mind felsővezetői, mind középvezetői szinten. A magyar tulajdonban levő kis- és középvállalkozások esetében a tulajdonosi és felsővezetői kör kezd barátkozni a coachinggal, s a következő néhány évben a módszertan terjedése várható – természetesen a sikeres fejlesztési folyamatok következményeként.

Egyre határozottabban érezhető az a tendencia, hogy vállalati vezetők, vállalkozások tulajdonosai és HR-szakemberek végeznek el coach-képzést azért, hogy coach-szemléletű vezetőként tudják motiválni,

támogatni munkatársaikat, biztosítva ezzel a munkaerő megtartását és a hatékony munkavégzést. A coaching-szemléletre törekvő vezetők értik meg a humánerőforrás egyre növekvő jelentőségét a gazdasági teljesítmények és hatékonyság, információs technológia világában.

A jó vezetők a főnökösködés helyett elkezdik bátorítani a munkatársaikat. Ez az emberközpontú vezetés titka, ugyanis a vezetés legnagyobb része a támogatásról szól." (John C. Maxwell)

A coaching-szemlélet terjedése a gazdasági életen túl egyértelműen megjelenik az oktatásban és az egészségügyben, a gyermeknevelésben is. A pedagógusok, egészségügyi dolgozók számára tartott szemléletformáló műhelyek, képzések eredményeképpen egyre többen találkoznak a coaching-kultúrával. Az alkalmazás, sőt, az intézményesített alkalmazás azonban még várat magára.

A tizenöt-huszonöt éves korosztályba tartozó diákok, fiatalok – mint azt számos kezdeményezés is bizonyítja – nagyon fogékonyak a coaching-eszközökre. Rugalmasságuknak, nyitottságuknak és a generációjukat jellemző kommunikációra és információra való kیهezettségüknek is köszönhetően a diákok körében folytatott csoportos coaching-folyamatok rövidebbek, gyorsabbak, eredményesek és hatékonyabbak, mint például szüleik korosztályában. Mind a középiskolákban, mind a felsőoktatásban tanuló diákok körében a coaching-módszerek fogadtatása pozitív: a diákok nagyon gyorsan felismerik a coaching előnyeit és igénylik, kérik, generációs szokásaiknak megfelelően beszerzik a coachinggal kapcsolatos információkat és ismereteket, kihasználják a rendelkezésre álló lehetőségeket. Ők, a jövő vezetői és munkavállalói már természetesnek fogják tartani a coaching-szemléletet a munkahelyen és a magánéletben egyaránt.

De mi lesz a coachok kihívása a jövőben?

Már most prognosztizálható, hogy a generációs ellentmondások, szembenállások kezelése mellett a coachoknak fel kell készülniük a fiatalok életritmusához és életstílusához illeszkedő coaching-folyamatokra is. A munkaerőpiacon az Y és a Z-generáció tagjai egyre gyakrabban kerülnek vezetői pozícióba, s ez kellő tudásbeli felkészültséget kíván a coachoktól is.

Kihívás lehet az időtényező is: talán tovább rövidülni fognak a coaching-ülések? Vagy épp az elmélyülésre teret adó hosszabb, hagyományos coachingokra lesz nagyobb igény?

E mellett fejlődési lehetőséget jelent az informatikai eszközök coachingban történő alkalmazása is. A sokak által használt Skype mellett a virtuális tér számos eszköze áll már rendelkezésre: hónapról hónapra jelennek meg az új applikációk, eszközök és információtechnológiai fejlesztések.

Nem állt még ennyi feladat és kihívás a coachok előtt: társadalmi és piaci változások között kell lépést tartaniuk a szakmai fejlődésben, igazodva az ügyféligények változásához és a specializált szakterületek igényeihez. De nem nehezedett ennyi felelősség sem a coachok vállára: a képzés és a gyakorlat, a szupervízió és az esetmegbeszélések által biztosított folyamatos szakmai színvonal biztosításával egyre nagyobb társadalmi réteg támogatása.