

Paulina Kwiatkowska<sup>1</sup>

## Sprecyzowanie celu i planu realizacji a efekt krótkiej formy coachingu kariery

### Abstrakt

Autorka artykułu podjęła próbę sprawdzenia, jakie rezultaty niesie ze sobą krótka forma coachingu. Badania, które przeprowadziła na Uniwersytecie Łódzkim, dotyczą wpływu 3-godzinnej, indywidualnej sesji z coachem kariery na precyzowanie i realizację celów studentów i absolwentów Wydziału Zarządzania. Przytoczona eksploracja ukazuje korzyści i zagrożenia wynikające z prowadzenia krótkiej formy coachingu.

Słowa kluczowe: coaching kariery, projekt, rynek pracy, studenci, absolwenci

## Specifying goal and plan to achieve it and the results of short type of career coaching

### Abstract

The author of this article attempted to verify the results of a short type of coaching.

The researches, which she conducted at the University of Łódź, concern an influence of a 3 hours session with a career coach on specifying and achieving goals by the students and graduates of the Faculty of Management. Presented exploration shows advantages and threats of a short coaching session.

Keywords: career coaching, project, labor market, students, graduates

---

<sup>1</sup> Uczestniczka studiów doktoranckich Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego.  
e-mail: paulina@sumasum.pl

## Wstęp

Mnogość zmian dominująca w obecnym świecie wymaga od nas elastyczności i adaptacji do nowych warunków. Powoduje to, że żyjemy coraz szybciej, zapominając często o wartościach, takich jak zdrowie, rodzina, pasja, marzenia. Dążąc do stabilizacji finansowej i spełnienia zawodowego, zapominamy o życiu „tu i teraz”. Jak zatem pokierować swoją karierą, by być szczęśliwym człowiekiem? Jakie działania podjąć, by wykonywana praca dawała satysfakcję? Jaki wykonać pierwszy krok, by osiągnąć zawodowy sukces? Odpowiedzi na powyższe pytania są szczególnie interesujące, a znaleźć je można, korzystając np. ze wsparcia coacha kariery. W poniższym artykule przedstawiono wyniki badań dotyczących wpływu coachingu kariery na młode osoby, szukające miejsca na rynku pracy i chcące osiągnąć sukces zawodowy.

## Rozwojowy projekt

1 kwietnia 2014 roku na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego rozpoczęła się pierwsza edycja projektu pt. *Praktyczne elementy kształcenia odpowiedzią na potrzeby rynku pracy – Program Rozwoju Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego*. Do celów projektu zaliczono m.in. ukształtowanie praktycznych umiejętności zawodowych studentów Wydziału Zarządzania poprzez udział w stażach opracowanych na bazie kierunkowych efektów kształcenia oraz zwiększenie poziomu przygotowania studentów do wejścia na rynek pracy przez organizację warsztatów z zakresu kompetencji społecznych i personalnych, doradztwo zawodowe oraz coaching kariery<sup>2</sup>. Studenci i absolwenci, zakwalifikowani do projektu, dostali możliwość odbycia 3-miesięcznego stażu w firmach współpracujących z projektem na terenie kraju i państw europejskich. Ponadto uczestnicy projektu otrzymali wsparcie w formie szkoleń z kompetencji społecznych i personalnych w wymiarze 48 godzin, grupowego doradztwa zawodowego w wymiarze 16 godzin oraz 3 godzin indywidualnych sesji z coachem kariery lub doradcą zawodowym<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> <http://zarzadzanie.uni.lodz.pl/tabid/2426/Default.aspx> (18.08.15).

<sup>3</sup> <http://zarzadzanie.uni.lodz.pl/tabid/2426/Default.aspx> (18.08.15).

Uczestnik projektu miał możliwość wyboru, czy chce odbyć jedno 3-godzinne spotkanie z coachem, czy woli skorzystać z dwóch krótszych sesji.

Zastosowanie coachingu podczas projektu wiązało się m.in. ze wsparciem w wyznaczaniu celów, zdefiniowaniu osobistego potencjału, zaplanowaniu działań rozwojowych czy pobudzeniu gotowości do zmian.

Przytoczony projekt stał się doskonałą okazją do skonstruowania i przeprowadzenia badań dotyczących coachingu. W centrum zainteresowania znalazł się coaching kariery i jego wpływ na realizację celów młodych osób, rozpoczynających karierę zawodową.

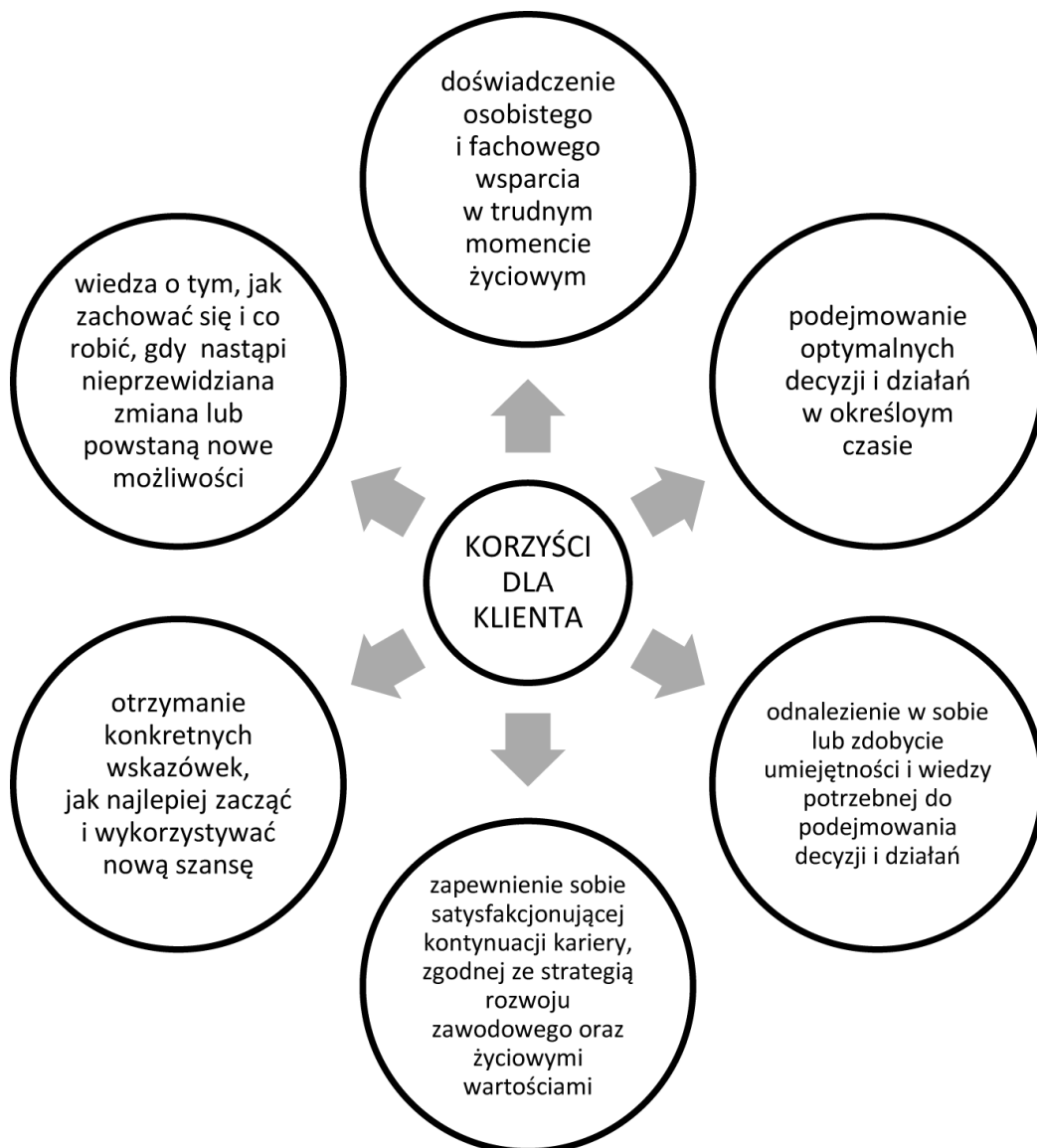
W związku z faktem, że projekt przewidywał jedynie 3 godziny indywidualnych sesji z coachem kariery, fascynujące w badaniach stało się sprawdzenie, jak krótka forma coachingu wpływa na precyzowanie celów i ich realizację. W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele informacji, wskazujących na fakt, iż coaching z założenia jest procesem. Cytując US National Optical Astronomy Observatory: coaching to „trwała zależność, która skupia się na działaniach klientów zmierzających do zrealizowania swych wizji, celów lub pragnień” (Clutterbuck, 2009, s. 16). Piotr Pilipczuk także podkreśla długoterminowość coachingu, definiując go jako „proces, którego głównym celem jest wzmocnienie oraz wspieranie klienta w samodzielnym dokonywaniu zamierzonej zmiany, na podstawie własnych (klienta) odkryć, wniosków i zasobów” (Pilipczuk, 2012, s. 143). Co się dzieje z klientem w sytuacji, gdy ma możliwość odbycia jedynie 3 godzin coachingu? Jakie działania podejmuje podczas sesji? Jak wpływa to na realizację jego celów? Czy chce w przyszłości ponownie skorzystać z usług coacha? To część pytań, na które odpowiedź można znaleźć w przytoczonych niżej wynikach badań.

## Coaching kariery. Efekty w teorii

Profesja coacha kariery polega na zdolności „pełnej odpowiedzi na potrzeby klienta, który przychodzi po wsparcie związane z realizacją swoich celów karierowych w określonym czasie” (Gniazdowski i Pieciul, 2009, s. 159). Wymaga to od coacha specyficznego zestawu wiedzy i umiejętności. Profesjonalista z jednej strony posiada umiejętności coachingowe, z drugiej zaś wiedzę o narzędziach wspierających rozwój zawodowy. Coach kariery posiada wiedzę dotyczącą biznesowego i rynkowego kontekstu kariery i za pomocą narzędzi coachingowych oraz wykorzystywanych w poradnictwie ułatwia klientowi realizację celu. Coach kariery potrafi także włączyć do procesu elementy coachingu życiowego, w momencie, gdy uzna, że jest to ważne i potrzebne do realizacji karierowego celu klienta.

Klienci career coachingu bardzo rzadko w pełni uświadamiają sobie swoje cele i potrzeby na początku procesu. W trakcie sesji coachingowych okazuje się jednak, że ich oczekiwania są coraz większe, a osiągnięte cele dają ogromną satysfakcję. Opierając się na artykule opublikowanym w książce pt. *Coaching. Inspiracje z perspektywy nauki, praktyki i klientów* (Gniazdowski i Pieciul, 2009, s. 180), można zastosować graf ukazujący, jakie konkretne korzyści odbierają klienci career coachingu (rysunek 1).

Rysunek 1. Korzyści coachingu kariery



Źródło: na podstawie Gniazdowski i Pieciul (2009, s. 180).

Coaching kariery to niewątpliwie ważna dyscyplina. Przynosi ogromne profity, zarówno osobom młodym, zaczynającym swoją karierę, jak i tym, którym dotychczasowa profesja nie daje wystarczającej satysfakcji i pragną zmiany w swoim

zawodowym życiu. Coach kariery nie tylko dba o to, by klient zdobył kwalifikacje i pracę spełniającą oczekiwania finansowe, lecz także ułatwia połączenie kariery z pasją, otwiera nowe możliwości, łączy pracę z innymi obszarami życia, inspirowanie do podejmowania nowych wyzwań. Klient, który zdecydował się na coaching, często nabiera pewności siebie, nabywa umiejętność podejmowania decyzji, potrafi reagować na zmiany i korzystać z szans, które pojawiają się w jego życiu. Ponadto zdobywa wiedzę o narzędziach, dzięki którym samodzielnie poradzi sobie w trudnej sytuacji, co oznacza, że nie będzie potrzebował już więcej coacha.

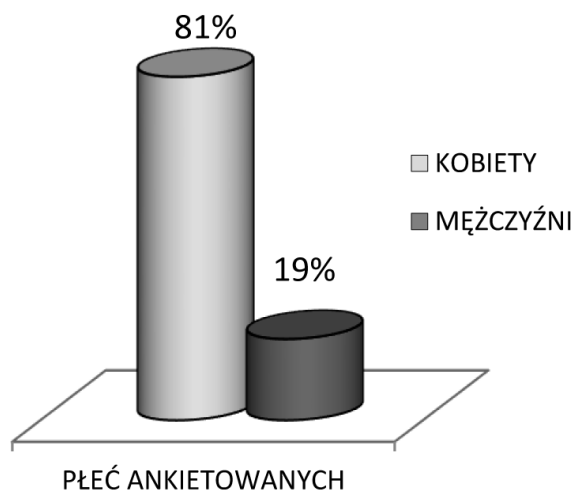
Jakie zatem efekty przyniosła krótka forma coachingu kariery przeprowadzona wśród studentów i absolwentów Uniwersytetu Łódzkiego?

## Coaching kariery a efekty w praktyce. Analiza badań

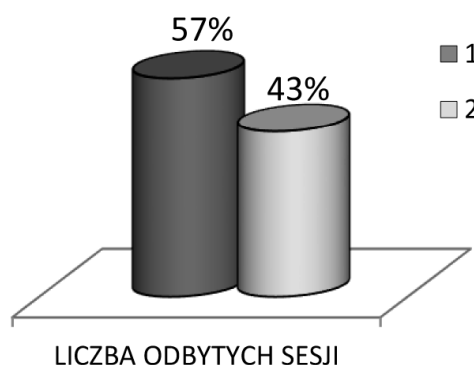
Metodą badawczą, którą wykorzystano w badaniach na Uniwersytecie Łódzkim, był sondaż diagnostyczny, natomiast wybraną techniką – ankieta. Narzędzie, w postaci arkusza ankiety online, pozwoliło na zebranie potrzebnych informacji w krótkim czasie od dużej liczby respondentów. Kwestionariusz zawierał metryczkę z pytaniami dotyczącymi płci, liczby odbytych sesji oraz przedziału czasowego od ostatniej odbytej sesji, do momentu wypełniania ankiety, a także 6 pytań zamkniętych.

W ankiecie wzięło udział 100 respondentów (81 kobiet i 19 mężczyzn). Ponad połowa osób tylko raz spotkała się z coachem. Większość ankietowanych, w momencie przeprowadzenia badania, odbyła sesje w czasie od miesiąca do pół roku. Wyniki metryczki zostały przedstawione na rysunkach 1–3.

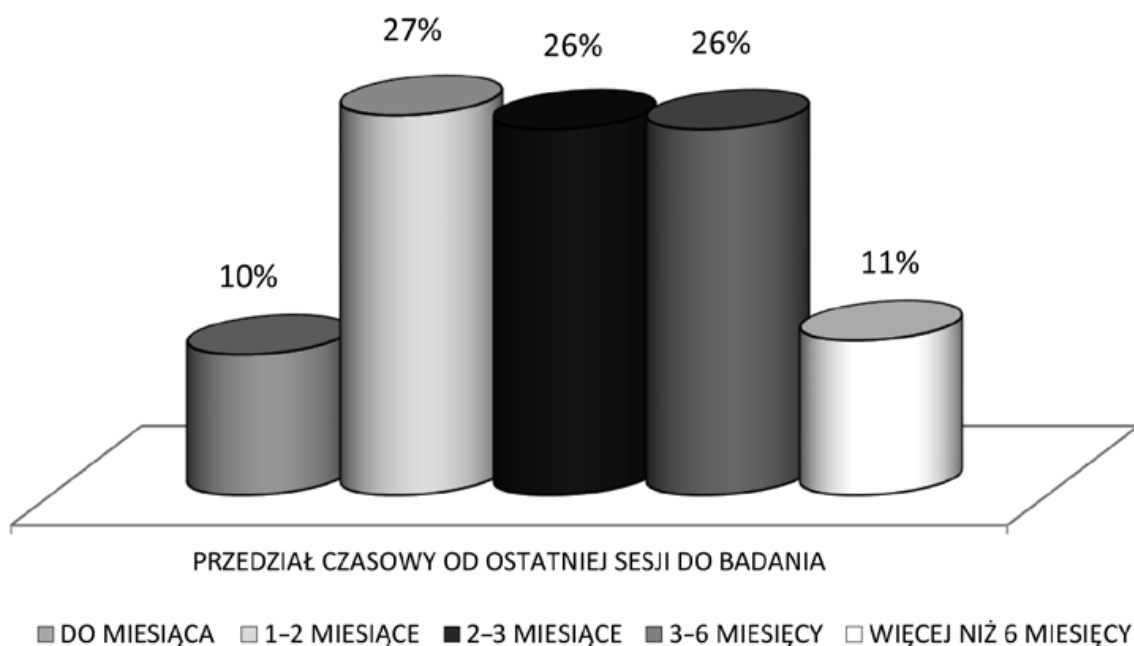
Rysunek 1. Płeć ankietowanych



Rysunek 2. Liczba odbytych sesji



Rysunek 3. Dział czasowy od ostatniej sesji do badania



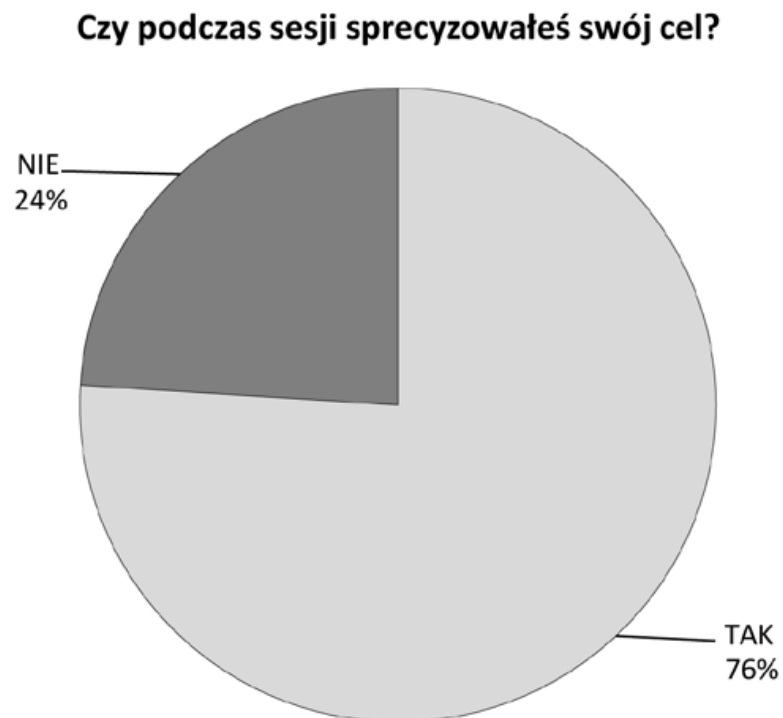
Badania miały za zadanie sprawdzić, w jaki sposób krótka forma coachingu wpłynęła na studentów i absolwentów biorących udział w projekcie. Istotne stało się znalezienie odpowiedzi na pytania: Ilu ankietowanych sprecyzowało cel? Czy był on sprecyzowany poprawnie, zgodnie z metodą SMART, dzięki której wyznaczony cel miał stać się konkretny, mierzalny, osiągalny istotny dla klienta oraz określony w czasie?<sup>4</sup> Jak sesja coachingowa wpłynęła na umiejętność precyzowania celów badanych? Ilu respondentów określiło plan realizacji celu? Jak wielu osobom udało się zrealizować cel lub są w trakcie realizacji? Czy badani planują w przyszłości ponownie skorzystać z coachingu?

Pierwsze dwa pytania dotyczyły precyzowania celu. Wyniki zostały przedstawione na rysunku 4.

Zdecydowana większość badanych sprecyzowała swój cel. Płeć w tym przypadku nie miała znaczenia, ponieważ procent twierdzących odpowiedzi u obu płci oscylował w granicach 75% (kobiety: 75, mężczyźni: 76). Na sprecyzowanie celu wpływ miała liczba spotkań. Wśród osób, które odbyły jedną sesję, 70% sprecyzowało cel, natomiast u osób, które odbyły dwa spotkania, aż 84% udzieliło twierdzącej odpowiedzi. Można zatem wnioskować, iż mimo że liczba godzin przeznaczona na coaching była identyczna u wszystkich respondentów, to podzielenie procesu na 2 spotkania umożliwiło większej liczbie coachowanych sprecyzować cel.

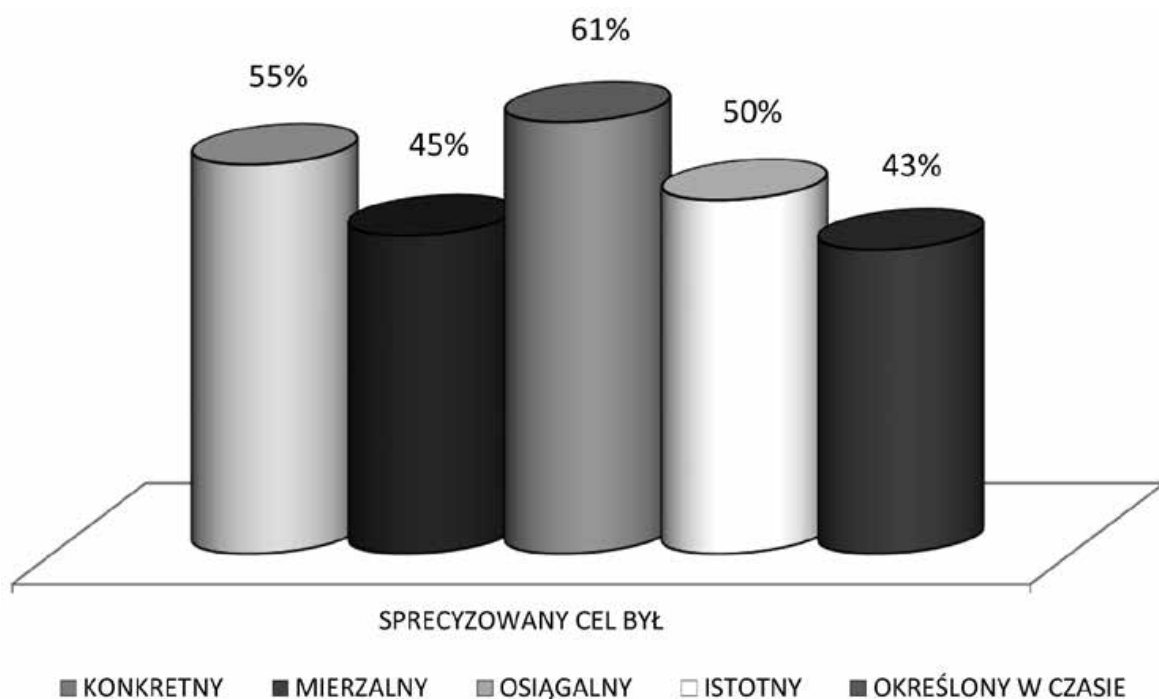
<sup>4</sup> <http://projektantczasu.pl/metoda-smart/> (13.02.15).

Rysunek 4. Analiza ankiety. Pytanie 1



Odpowiedzi na drugie pytanie udzielały jedynie osoby, które w poprzednim pytaniu odpowiedziały twierdząco. Pytanie dotyczyło poprawności sprecyzowanego celu, zgodnie z metodą SMART. Wynik został przedstawiony na rysunku 5.

Rysunek 5. Analiza ankiety. Pytanie 2

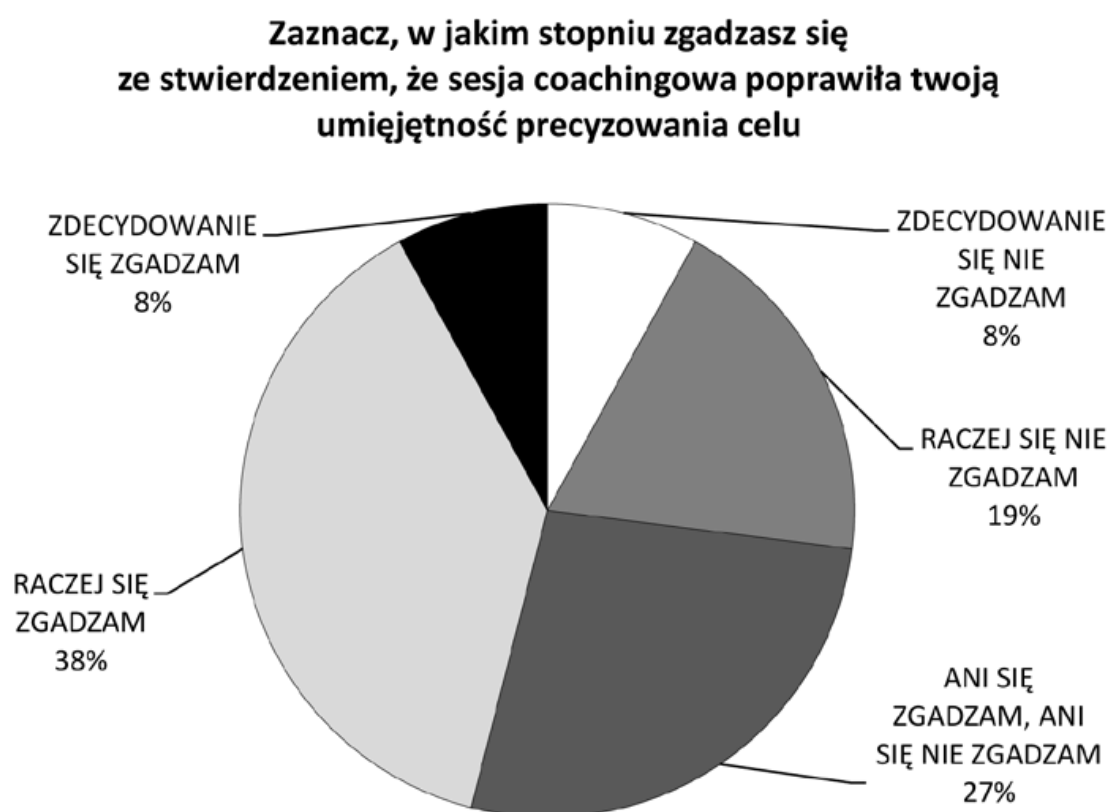




U większości ankietowanych sprecyzowany cel był możliwy do osiągnięcia (61%). Najmniej osób określiło swój cel w czasie (43%). Warto jednak zauważyć, że wszystkie odpowiedzi są zbliżone i oscylują w okolicach 50%. Przy głębszej analizie powyższych odpowiedzi okazuje się, że blisko 40% (39,5%) badanych sprecyzowało cel zgodnie z metodą SMART, czyli zaznaczyło wszystkie odpowiedzi. Dalsza część analizy pokaże, czy prawidłowo sprecyzowany cel wpłynął na określenie planu działania i jego realizację.

Kolejne pytanie związane było z umiejętnością precyzowania celu i sprawdzeniem, czy sesja coachingowa poprawiła u respondentów daną umiejętność. Pytanie i odpowiedzi ankietowanych zostały przedstawione na rysunku 6.

Rysunek 6. Analiza ankiety. Pytanie 3



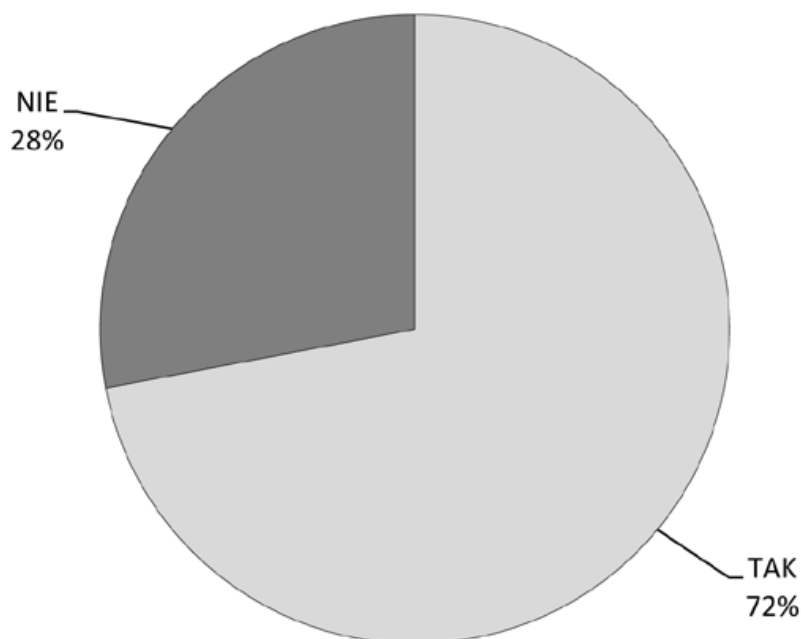
Najwięcej respondentów uznało, że raczej zgadzają się z powyższym stwierdzeniem. Dodając do tego osoby, które zdecydowanie się zgadzają, można stwierdzić, że prawie połowa ankietowanych (46%) uważa, iż spotkanie z coachem poprawiło ich umiejętność precyzowania celu. Warto zauważyć, iż blisko 1/3 badanych zaznaczyła odpowiedź „ani się zgadzam, ani się nie zgadzam”, co może oznaczać, że umiejętność precyzowania celów u tych osób miała podobny poziom zarówno przed sesją, jak i po niej.



Następne pytanie miało pomóc w zbadaniu, ilu ankietowanych sprecyzowało plan działania doprowadzający do realizacji celu (rysunek 7).

Rysunek 7. Analiza ankiety. Pytanie 4

**Czy podczas sesji sprecyzowałeś działania, doprowadzające do realizacji celu?**



Zdecydowana większość badanych określiła plan działania, który mógł doprowadzić do realizacji wyznaczonego przez siebie celu. Porównując to z wynikiem pierwszego pytania, nie sposób nie zauważyć podobieństwa. Może to oznaczać, że osoby, które sprecyzowały cel (76%), określiły także plan jego realizacji (72%). Wpływ na określenie działań miało także sprecyzowanie celu zgodnie z metodą SMART. Aż 87% respondentów, którzy poprawnie sprecyzowali cel, określiło także ścieżkę realizacji. U osób, u których cel był sprecyzowany częściowo lub wcale, wskaźnik określenia działań wyniósł 66%.

Odpowiedź na kolejne pytanie (zob. rysunek 8) pokazuje natomiast, jak określenie planu działania, a także poprawne sprecyzowanie celu wpłynęło na jego realizację.

Ponad połowa uczestników zrealizowała lub jest w trakcie realizacji wyznaczonego na sesji celu. Warto zaznaczyć, że 100% respondentów, którym udało się zrealizować cel, to kobiety. Wśród osób, które są w trakcie realizacji, czyli rozpoczęły działania doprowadzające do realizacji, ale nie osiągnęły jeszcze celu, 52% to mężczyźni, a 48% kobiety. Nieco mniej niż połowa badanych odpowiedziała przecząco na powyższe pytanie. Należy zauważyć, że do tej części należą

także osoby, które nie sprecyzowały celu (24% wszystkich ankietowanych), co oznacza, że wśród respondentów, którzy nie zrealizowali celu, jedynie 43% sprecyzowało cel, nad którym mogło pracować podczas sesji. Biorąc zatem pod uwagę badanych, którzy na początku sesji sprecyzowali swój cel, otrzymujemy wynik przedstawiony na rysunku 9.

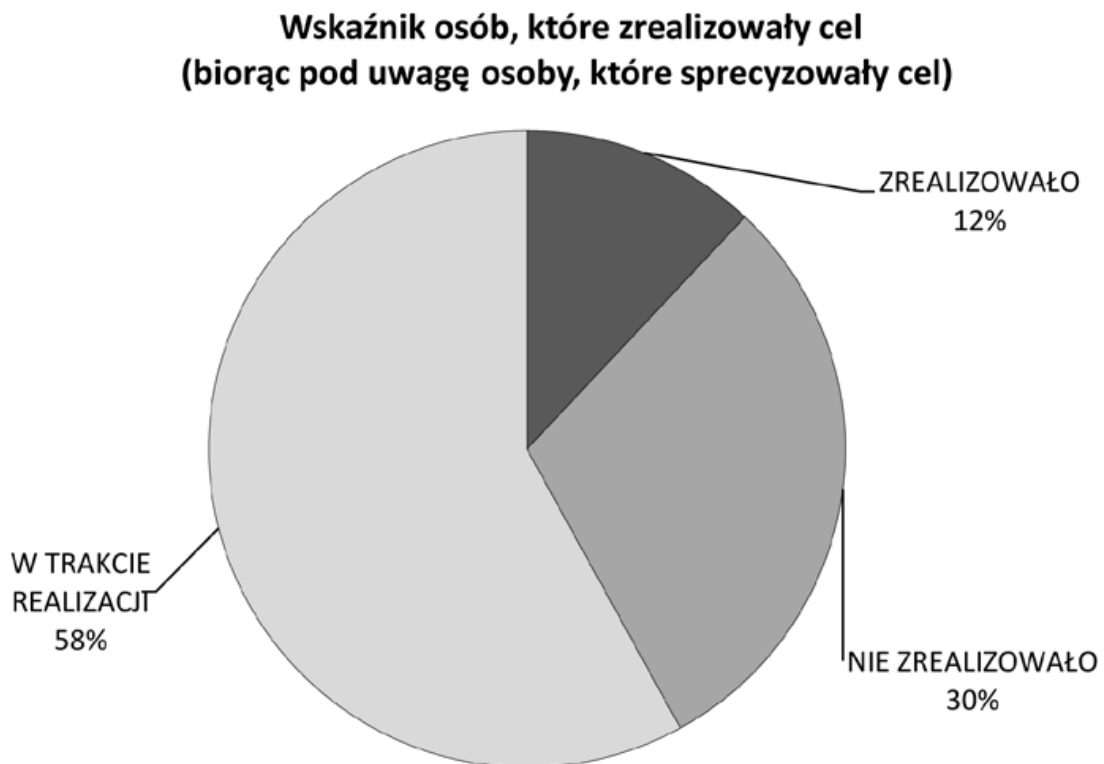
Rysunek 8. Analiza ankiety. Pytanie 5



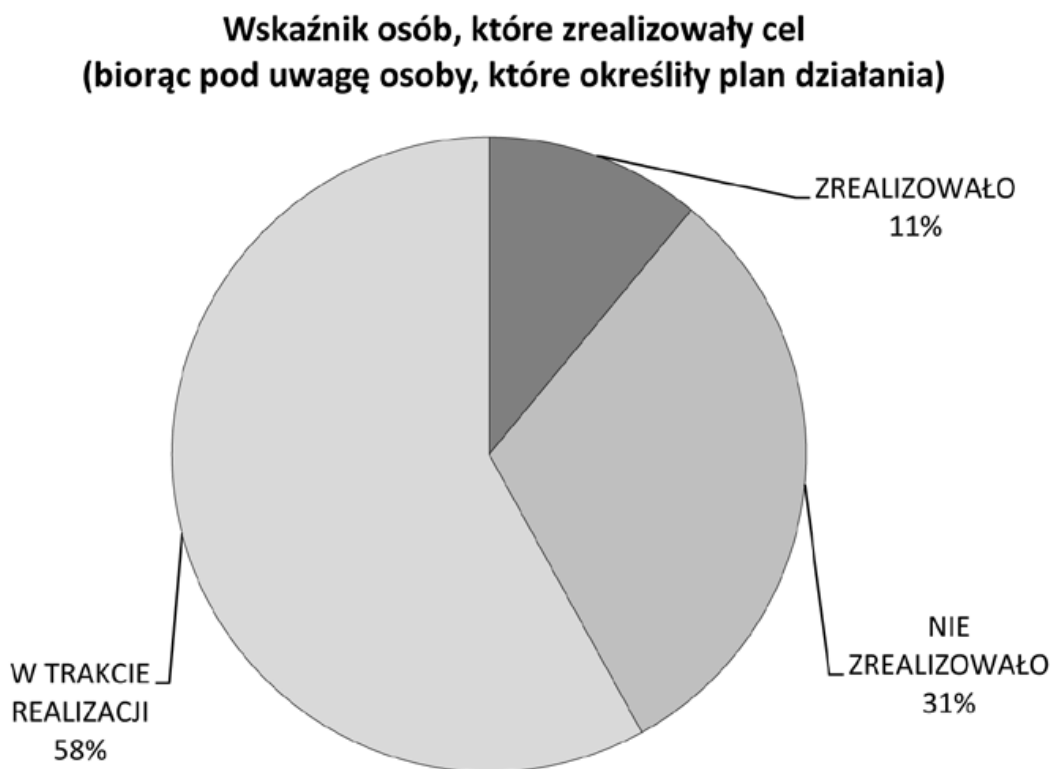
Analizując rysunek 9, można wnioskować, że sprecyzowanie celu ma duży wpływ na jego realizację. Tylko 1/3 ankietowanych, która sprecyzowała swój cel, nie osiągnęła go. Dodając do tego fakt, iż wśród osób, które sprecyzowały cel zgodnie z metodą SMART, aż 73% osiągnęło go lub jest w trakcie realizacji, nasuwa się stwierdzenie, iż sprecyzowanie celu, poprawnie, w sposób konkretny, mierzalny, osiągalny, istotny i określony w czasie zdecydowanie zwiększa szanse na realizację. Na rysunku 10 przedstawiono, jak wygląda wykres osiągnięcia celu, biorąc pod uwagę określenie planu działania.

Porównując dane na rysunkach 9 i 10, można wnioskować, że sprecyzowanie celu i określenie planu działania ma podobny wpływ na realizację wyznaczonego celu. Oba przypadki potwierdzają, że sprecyzowanie celu i określenie planu działania znacznie przybliży klienta coachingu do realizacji upragnionego celu. Poświadczą to również fakt, iż 64% badanych, którzy nie określili planu działania, nie zrealizowało także celu.

Rysunek 9. Analiza badań. Pytanie 5. Rozszerzenie pierwsze



Rysunek 10. Analiza ankiety. Pytanie 5. Rozszerzenie drugie

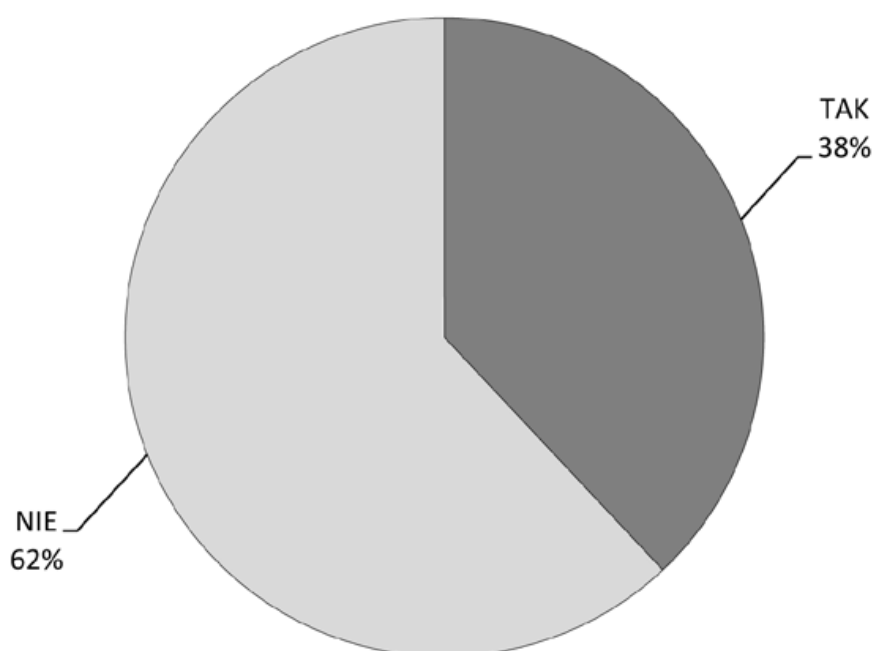


Warto również zauważyć, że osoby, które zrealizowały cel lub są w trakcie tej realizacji, aż w 71% uznały, że zdecydowanie lub raczej zgadzają się ze stwierdzeniem, iż sesja poprawiła ich umiejętność precyzowania celu. Można zatem wnioskować, że osoby, które realizują cel, poprawiają także umiejętność precyzowania celów. Jeśli poprawne sprecyzowanie celu w dużym stopniu pozytywnie wpływa na jego realizację, co udowodniono powyżej, to zdobycie umiejętności precyzowania również może mieć pozytywny wpływ na realizację celów w przyszłości, nawet w momencie niekorzystania ze wsparcia coacha. Może to oznaczać, iż krótka forma coachingu nie tylko stwarza możliwość realizacji celów, ale również może być pomocna przy osiągnięciu sukcesu, także poza procesem coachingowym.

Ostatnie pytanie w ankiecie dotyczyło chęci ponownego skorzystania ze wsparcia coacha (rysunek 11).

Rysunek 11. Analiza ankiety. Pytanie 6

#### Czy chcesz w przyszłości kontynuować proces coachingu?



Ponad 60% respondentów uznało, że nie planuje w przyszłości kontynuować coachingu. Wśród ankietowanych mężczyzn prawie połowa (47%) zadeklarowała, że chce ponownie skorzystać z usługi coachingowej, natomiast wśród kobiet wskaźnik ten był nieco niższy (38%). Ponad połowa (55%) badanych, deklaruująca chęć powrotu do procesu, to osoby, które ostatnią sesję coachingową odbyły w przedziale 2–6 miesięcy od przystąpienia do ankiety. Można zatem wnioskować, iż perspektywa czasowa powoduje, że ludzie chętniej korzystają ze wsparcia coacha. Warto zaznaczyć również, że 79% ankietowanych, planujących ponownie doświad-

czyć coachingu, to osoby, które zrealizowały cel lub są w trakcie jego osiągnięcia. Może to oznaczać, że sukces zdobyty po odbytej sesji, motywuje do ponownego skorzystania z usługi coacha.

## Podsumowanie

Reasumując, można śmiało stwierdzić, iż nawet krótka forma coachingu, w postaci jednego lub dwóch spotkań, daje pozytywne efekty. Jednym z największych pozytywów jest fakt, iż ponad połowa respondentów zrealizowała określony podczas sesji cel lub jest w trakcie jego osiągnięcia. Wynik ten ukazuje, że czasem wystarczy krótka, ale konkretna sesja, by klient zdobył upragniony cel. Istotne jest jednak, by w tym czasie poprawnie go sprecyzował i określił działania przybliżające do jego realizacji. Jak pokazują wyniki badań, jest to możliwe i w większości przypadków zostało to wykonane. Kolejnym pozytywnym rezultatem krótkiego coachingu jest fakt, iż można podczas niego nie tylko sprecyzować cel pod okiem specjalisty, ale również nabyć umiejętność poprawnego określania celu, co jest podstawą do wyznaczania zadań doprowadzających do jego osiągnięcia. Z wyników przedstawionych badań można również wywnioskować, że krótka forma coachingu może mieć negatywny wpływ na podjęcie decyzji o ponownym skorzystaniu z usługi coacha. Może to być związane m.in. z niemożnością nawiązania długotrwałej relacji z coachem lub faktem, że w przypadku tego badania każdy uczestnik projektu miał obowiązek skorzystania z tej formy wsparcia. Być może w sytuacji prowadzenia sesji jedynie z osobami chętnymi i gotowymi do zmian, nawiązanie partnerskiej relacji i motywacja do powrotu do procesu byłaby większa. Analiza ankiety pozwala także wnioskować, iż kobiety częściej osiągają swoje cele, natomiast mężczyźni chętniej ponownie korzystają z coachingu.

Powyższe badania pokazują wpływ coachingu kariery na precyzowanie i realizację celów młodych osób, rozpoczynających karierę zawodową i szukających miejsca na rynku pracy. Warto zastanowić się, czy wnioski płynące z analizy powyższych badań odnoszą się jedynie do tego rodzaju coachingu, czy znalazłyby także zastosowanie np. w bussines, executive, life czy art coachingu. Z pozoru każdy rodzaj coachingu jest inny w swoim znaczeniu i zastosowaniu. Według ICC bussines coaching to proces przeznaczony dla osób pracujących i polega na tym, że coach pomaga w kwestiach związanych z zawodem klienta<sup>5</sup>. Z bussines coachingiem ściśle wiąże się executive coaching. Klientem są tu prezesi, członkowie

---

<sup>5</sup> <http://www.internationalcoachingcommunity.com/en/faq-what-are-the-different-types-of-coaching> (12.02.15).

zarządów i kluczowi menedżerowie. Metody pracy są zbliżone do bussines coachingu, jednak od executive coachów wymaga się większego doświadczenia, znajomości specyficznego słownictwa i środowiska pracy kadry zarządzającej<sup>6</sup>. Life coaching to natomiast forma wsparcia dla każdego, kto chce wprowadzić zmiany w swoim życiu. Zagadnienia poruszane w tej dyscyplinie to m.in. poczucie osobistego spełnienia, niezależność finansowa czy kondycja (Star, 2011, s. 19). Art coaching jest natomiast procesem coachingowym dla artystów. Polega na pogłębianiu wiedzy na temat nieświadomych obszarów i strategii związanych z tworzeniem i kreacją. Prowadzi do większej świadomości i budowania swojej artystycznej pozycji na trudnym rynku artystycznym<sup>7</sup>. Zagłębiając się w treść poszczególnych rodzajów dyscypliny, trudno jest jednak znaleźć znaczące różnice. Metody i techniki pracy z klientem, niezależnie od rodzaju, bazują na klasycznym coachingu. Maciej Bennewicz uważa, że to ten, kto płaci, definiuje coaching. Tłumaczy to stwierdzeniem, że jeśli zatrudniającym jest firma, to coaching będzie miał w nazwie określenia: bussines, career, lub executive, jeśli natomiast za proces płaci sam klient, to będzie uczestniczył w coachingu życiowym lub personalnym (Bennewicz, 2011, s. 35). Sugerując się powyższym stwierdzeniem, możemy wysnuć wniosek, iż rodzaj zastosowanego w badaniu coachingu nie ma dużego znaczenia, a wynik analizy można odnieść do każdego rodzaju dyscypliny.

## Bibliografia

- Bennewicz, M. (2011). *Coaching i mentoring w praktyce*. Warszawa: G+J.
- Clutterbuck, D. (2009). *Coaching zespołowy*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Gniazdowski, P. i Pieciul, K. (2009). Coaching kariery. W: *Coaching. Inspiracje z perspektywy nauki, praktyki i klientów*. Gliwice: Helion.
- Pilipczuk, P. (2012). *Współczesna mitologia coachingu. 70 konkretnych odpowiedzi na 70 zasadniczych pytań*. Gliwice: Helion.
- Star, J. (2011). *Podręcznik coachingu. Sprawdzone techniki treningu personalnego*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- <http://www.scenariopisarstwo.pl/podkast-malgorzata-marczewska-art-coaching/> (12.02.15).
- <http://www.internationalcoachingcommunity.com/en/faq-what-are-the-different-types-of-coaching> (12.02.15).
- <http://encyklopediacoachingu.pl/haslo81> (12.02.15).
- <http://projektantczasu.pl/metoda-smart/> (13.02.15).
- <http://zarzadzanie.uni.lodz.pl/tabid/2426/Default.aspx> (18.08.15).

<sup>6</sup> <http://encyklopediacoachingu.pl/haslo81> (12.02.15).

<sup>7</sup> <http://www.scenariopisarstwo.pl/podkast-malgorzata-marczewska-art-coaching/> (12.02.15).