

Iwona ŚLĘZAK-GŁADZIK¹

ZAWÓD COACH. KSZTAŁCENIE COACHÓW W POLSCE

Coaching staje się popularną w Polsce metodą wspierania rozwoju ludzkiego potencjału. Korzystają z niego osoby prywatne, przedstawiciele biznesu, organizacje państwowe i pozarządowe. Zawód coacha, po kilkunastu latach funkcjonowania tej działalności w Polsce,, doczekał się” oficjalnej rejestracji – decyzją Ministra Pracy i Polityki Społecznej został uwzględniony w klasyfikacji zawodów i specjalności.

Brak przepisów regulujących wykonywanie tego zawodu powoduje jednak, że obecnie niemal każdy może nazwać się coachem i promować swoje usługi w tym zakresie. Na rynku, oprócz profesjonalistów świadczących usługi zgodne ze standardami i etyką zawodu, mogą funkcjonować osoby bez odpowiedniego przygotowania lub wykonujące działania, które z coachingiem nie mają nic wspólnego.

W odpowiedzi na wzrost zainteresowania coachingiem jako drogą w karierze zawodowej pojawiła się rozbudowana oferta rynku usług szkoleniowych skierowana do osób, które myślą o karierze coacha. Trend ten, oprócz różnych instytucji, organizacji i „szkół coachingu”, wykorzystują również uczelnie wyższe.

Czym jest coaching? Kto w Polsce może być coachem? Jak zostać coachem? Jakie kompetencje są niezbędne do wykonywania tego zawodu? Czym warto się kierować przy wyborze programu szkoleniowego? Po czym rozpoznać profesjonalistę? Czym jest akredytacja w coachingu? Intencją autorki artykułu jest upowszechnianie wiedzy na temat coachingu oraz zawodu coacha przez próbę odpowiedzi na te pytania.

Słowa kluczowe: coaching, opis zawodu coacha, kompetencje coacha, kształcenie coachów

1. WPROWADZENIE

Coaching jest dynamicznie rozwijającą się metodą wspierania rozwoju osobistego i zawodowego. Na naukowe fundamenty coachingu składają się wybrane koncepcje pochodzące z wielu różnych dyscyplin: psychologii, pedagogiki, socjologii, filozofii, nauk o organizacji i zarządzaniu.

Zamiarem leżącym u podstaw każdej interakcji coachingowej jest budowa świadomości, odpowiedzialności oraz wiary w siebie osoby coachowanej niezależnie od zadania czy problemu, nad którym się pracuje². Coaching obejmuje wydobywanie mocnych stron klienta, ustalanie i wdrażanie planów działań oraz identyfikację i pomoc w omijaniu wewnętrznych i zewnętrznych ograniczeń blokujących skuteczne działanie. Wspiera zarówno jednostki, jak i organizacje w uzyskaniu optymalnego tempa rozwoju, usprawnia pracę zespołową. Może istotnie wspomagać realizację strategii firmy poprzez

¹ Mgr Iwona Ślęzak-Gładzik, Katedra Systemów Zarządzania i Logistyki, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, e-mail: igladzik@prz.edu.pl

² J. Whitmore, *Coaching. Trening efektywności*, G+J, Warszawa 2011, s. 43–51.

doskonalenie pracowników³. Przynosi korzystne efekty w takich obszarach jak: pewność siebie, motywacja, zmiana zachowań, kultura organizacyjna, przywództwo. Pomaga w zrównoważeniu życia osobistego i zawodowego⁴.

Zawód coacha, wykonywany w naszym kraju od wielu lat, „doczekał” się oficjalnej rejestracji. Z dniem 1 stycznia 2015 roku weszło w życie Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (Dz.U. 2014poz.1145), w którym coach wymieniany jest w grupie specjalistów.

Wraz ze wzrostem popularności tej metody wspierania rozwoju można zaobserwować niepokojące zjawisko polegające na nadużywaniu terminu „coaching” i stosowaniu go do szerokiego obszaru edukacji dorosłych. „W wielu firmach rutynowe obowiązki menedżerskie nazywa się coachingiem. Przyzwoite zachowanie menedżera, rozmowę oceniającą, kontrolę w projekcie «dociskania sprzedaży», awanturę, szkolenie kompetencyjne, czy zwykłą rozmowę szefa z pracownikiem, także nazywa się coachingiem”⁵. Brak przepisów regulujących wykonywanie zawodu coacha powoduje ponadto, że obecnie niemal każdy może nazwać się coachem i promować swoje usługi w tym zakresie. Na rynku mogą działać osoby bez odpowiedniego przygotowania lub wykonujące zupełnie inne działania i nazywające je coachingiem.

Remedium wydają się popularyzowanie idei profesjonalnego coachingu, dbanie o jakość usług coachingowych, a także promowanie oraz przestrzeganie obowiązujących standardów i etyki zawodu. Od lat starania takie czynią organizacje coachingowe działające w Polsce, których istnienie „ma na celu z jednej strony służbę przedstawicielom tej profesji przez kreowanie eksperckiego środowiska wymiany doświadczeń, z drugiej zaś służbę klientom – przez tworzenie profesjonalnych standardów świadczonych usług i utrzymywanie ich wysokiej jakości”⁶. Jako wiodące w tym zakresie wymienić można: *International Coach Federation* (ICF), *International Coaching Community* (ICC), *European Mentoring and Coaching Council* (EMCC), Izbę Coachingu (IC), Stowarzyszenie Coachów Polskich (SCP).

Celem artykułu jest upowszechnianie wiedzy na temat coachingu oraz kompetencji profesjonalnego coacha. Przedstawiono w nim zagadnienie dotyczące rejestracji zawodu coacha w Polsce oraz zadań zawodowych coacha. Poruszono także temat kształcenia coachów w Polsce wraz ukazaniem aspektów, które warto wziąć pod uwagę, wybierając program szkoleniowy, oraz którymi warto się kierować, decydując się na skorzystanie z usług coacha.

³ Więcej: Cz. Szmidt, *Coaching a zarządzanie strategiczne*, [w:] *Coaching. Teoria, praktyka, studia przypadków*, red. M. Sidor-Rządkowska, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2009, s.41–53.

⁴ Por. S. Neale, L. Spencer-Arnell, L. Wilson, *Coaching inteligencji emocjonalnej*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010, s. 58–59, J. Whitmore, *op. cit.*, s.183.

⁵ M. Bennewicz, *Coaching i mentoring w praktyce*, G+J, Warszawa 2011, s.31; por. M. Huflejt-Łukasik, G. Zawilowski, M. Budkowski, *Co powinien wiedzieć i potrafić profesjonalny coach: jak wybierać coachów do organizacji*, [w:] *Business coaching jako dźwignia rozwoju przedsiębiorczości*, red. L.D. Czarkowska, Poltext, Warszawa 2015, s.71; M. Sidor-Rządkowska, *Profesjonalny coaching. Zasady i dylematy etyczne w pracy coacha*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012, s.15.

⁶ L.D. Czarkowska, *Profesjonalizm i proces profesjonalizacji w coachingu*, „Coaching Review” 2010/1, Warszawa 2010, s. 43.

Pojęcia „coach” i „coaching” nie znalazły odpowiedników w polskim języku, dlatego też w takiej formie używane są w niniejszym artykule. Jak zauważa Tadeusz Oleksyn „proste przetłumaczenie słowa «coaching» na polski «trener» może prowadzić jedynie do nieporozumień”⁷. Osoba poddawana coachingowi określana jest jako „klient coachingu”, „osoba coachowana” lub „coachee”.

2.CZYM JEST COACHING

Najstarsza i największa organizacja coachingowa – International Coach Federation – jako pierwsza organizacja na świecie stworzyła i zaproponowała definicję i filozofię coachingu, a także sformułowała standardy etyczne, których członkowie ICF zobowiązani są przestrzegać. Zgodnie z definicją zaproponowaną przez ICF: „Coaching jest interaktywnym procesem, który pomaga pojedynczym osobom lub organizacjom w przyspieszeniu tempa rozwoju i polepszeniu efektów działania. Coachowie pracują z klientami w zakresach związanych z biznesem, rozwojem kariery, finansami, zdrowiem i relacjami interpersonalnymi. Dzięki coachingowi klienci ustalają konkretniejsze cele, optymalizują swoje działania, podejmują trafniejsze decyzje i pełniej korzystają ze swoich naturalnych umiejętności. [...] Coachowie pomagają ludziom poprawiać ich osiągnięcia i podnosić jakość ich życia. Są oni nauczani słuchania, obserwowania i przystosowywania własnego podejścia do indywidualnych potrzeb klienta. Dążą do wydobywania rozwiązań i strategii z wnętrza klienta. Wierzą, że klient jest z natury kreatywny i pełen pomysłów. Zadanie coacha polega na wydobywaniu tych umiejętności, zasobów i kreatywności, które klient już posiada”⁸.

W literaturze przedmiotu można spotkać wiele różnych definicji coachingu⁹. Jak zauważa Łukasz Marciniak: „mamy zupełnie różne definicje coachingu przygotowane przez naukowców precyzujących zakres terminu, firmy szkoleniowe zachęcające potencjalnych klientów, ekspertów coachingu wprowadzających w praktykę adeptów, stowarzyszenia profesjonalne prezentujące specyfikę swojego podejścia, [...] menedżerów przygotowujących wdrożenie coachingu w firmie[...]”¹⁰. Kilka przykładowych definicji coachingu zawarto w tabeli 1.

W kontekście rozważań niniejszego artykułu warto przytoczyć podejście *European Mentoring and Coaching Council*, w którym zamiast gotowej formuły czy definicji coachingu opisuje się kompetencje, jakimi powinien posługiwać się profesjonalny coach. Przykład tego podejścia prezentuje Maciej Bennewicz, według którego: „Coach [...] jest [...] mobilizującym do zmiany autorytetem, który wcale nie musi, lecz może być ekspertem w danej dziedzinie. Jego obecność uruchamia relację i proces zmiany za zgodą partnera –klienta. Relacja między nimi wymaga kontaktu i komunikacji. Jest świadomie

⁷ T. Oleksyn, *Zarządzanie kompetencjami. Teoria i praktyka*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010, s. 233.

⁸ <http://icf.org.pl/pl79,coaching.html> (dostęp: 15.11.2015).

⁹ Zob. D. Clutterbuck, *Coaching zespołowy*, REBIS, Poznań 2009, s. 16–18; M. Sidor-Rządkowska, *op. cit.*, s. 13–18; Ł.T. Marciniak, *Pojęcie i odmiany coachingu*, [w:] *Coaching. Teoria, praktyka, studia przypadków*, red. M. Sidor-Rządkowska, Wolters Kluwer Polska, Kraków, s. 19–22; B. Wujec, *Gezeza i definicje coachingu*, „Coaching Review” 1/4(2012), s. 9–14; I. Ślęzak-Gładzik, *Coaching jako metoda wspierania rozwoju potencjału ludzkiego*, „Zarządzanie i Marketing, Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej” 2011/4, s. 145–148.

¹⁰ Ł.T. Marciniak, *op. cit.*, s. 20.

podjęta w celu uzyskania przewidzianych lub nieprzewidzianych rezultatów, które mają polepszyć jakość życia lub jego konkretnej dziedziny –pracy, sportu, relacji międzyludzkich –lub konkretnej sprawy: wyniku sprzedaży, sukcesu projektu, organizacji przedsięwzięcia. Wynika z tego, że większość komunikacji między coachem a jego klientem ma charakter celowy, ukierunkowany na osiągnięcie określonych, zaplanowanych albo pożądaných rezultatów. Coach stosuje metody, o których informuje swojego klienta przed ich zastosowaniem, na przykład eksperymenty, techniki prowokatywne, pytania, ćwiczenia fizyczne, techniki medytacyjne itd. Praca coacha polega na inspirowaniu klienta i wskazywaniu obszarów odpowiedzialności. Jej efekty powinny być zwymiarowane, czyli określone wskaźnikami, po których będzie można rozpoznać progres i parametry osiągniętego celu. To klient jest odpowiedzialny za wynik, coach zaś za warunki brzegowe relacji, w której klient otrzymuje obiektywnie najlepsze warunki do zmiany z zachowaniem norm etycznych i kulturowych oraz standardów reprezentowanej przez coacha metody”¹¹.

Tabela 1. Przegląd definicji coachingu

| Autor | Definicja coachingu |
|--|--|
| John Whitmore | Coaching umożliwia dotarcie do części drzemiącego w nas potencjału, a dzięki coachingowi „możliwe jest utrzymanie wydajności, jeśli nie na nadludzkim poziomie, to na pewno o wiele wyższym od przeciętnego” |
| Robert Dilts | Coaching jest procesem pomagania ludziom i zespołom w wykonywaniu zadań w możliwie jak najlepszy sposób. Obejmuje on wydobywanie mocnych stron ludzi, pomaganie w omijaniu wewnętrznych barier i ograniczeń w celu osiągnięcia osobistej doskonałości oraz ułatwianie im bardziej efektywnego funkcjonowania w zespole. Skuteczny coaching wymaga zatem nacisku zarówno na zadanie, jak i na relację |
| David Clutterbuck | Coaching służy wygenerowaniu szeregu zewnętrznych bodźców stymulujących pełne wykorzystanie potencjału pracowników. Działania coachów oparte są na cierpliwości, wytrwałości i pewnego rodzaju opiece nad pracownikiem, dzięki czemu osobom poddanym coachingowi udaje się odkryć wewnętrzny i zewnętrzny potencjał prowadzący do poprawy wyników pracy |
| Sara Thorpe, Jackie Clifford | To pomoc danej osobie we wzmacnianiu i udoskonalaniu działania poprzez refleksję nad tym, jak stosuje konkretną umiejętność i/lub wiedzę |
| Jonathan Passmore, Annette Fillery- | To zorientowany na przyszłość dialog sokratejski między koordynatorem (coachem) a uczestnikiem (osoba coachowana/klient), podczas którego koordynator posługuje się pytaniami otwartymi, aktywnym słuchaniem, parafrazą oraz odzwierciedleniem, aby wzmacniać samoświadomość oraz |

¹¹ M.Bennewicz, *op.cit.*, s.30.

| | |
|-----------------------------|--|
| Travis | poczucie własnej odpowiedzialności uczestnika |
| Eric Parsloe | To planowany dwustronny proces, w którym człowiek rozwija umiejętności i osiąga określone kompetencje poprzez rzetelną ocenę, ukierunkowaną praktykę i regularne sprzężenie zwrotne (<i>feedback</i>) |
| Robert Hargrove | To rozwijanie zdolności zmieniania ludzi, organizacji, w których pracują, oraz środowiska, w którym żyją. Wpływając na ich wyobraźnię i wyznawane wartości, pomaga w ponownym określeniu – w zgodzie z celami, do których dążą – ich postaw, sposobu myślenia i zachowania |
| Carol Wilson | Coaching pozwala zidentyfikować coachowanym ograniczenia występujące w miejscu pracy i motywuje ich do inicjowania zmian |
| Małgorzata Sidor-Rządkowska | To sztuka wspierania ludzi pragnących przekształcać marzenia w cele i podejmować wysiłek ich realizacji |

Opracowano na podstawie: J. Whitmore, *Coaching. Trening efektywności*, G+J, Warszawa 2011, s. 22; R. Dilts, *Od przewodnika do inspiratora czyli Coaching przez duże „C”*, PINLP, Warszawa 2006, s. XX; D. Clutterbuck, *Coaching zespołowy*, REBIS, Poznań 2009, s.15; S. Thorpe, J. Clifford, *Podręcznik coachingu*, REBIS, Poznań 2011, s. 17; E. Parsloe, *Coaching i mentoring*, Petit, Warszawa 2000, s. 10; R. Hargrove, *Mistrzowski coaching*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006, s. 23; C. Wilson, *Coaching biznesowy*, MT Biznes, Warszawa 2010, s.149; *Coaching. Teoria, praktyka, studia przypadków*, red. M. Sidor-Rządkowska, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2009, s.15.

3. REJESTRACJA ZAWODU COCHA W POLSCE. OPIS ZAWODU COACHA

Coaching jest obecny w Polsce „od ponad 20 lat, a środowisko polskich coachów współpracę nad jej [metody] określeniem rozpoczęło w 2007 r. tworząc Komisję Coachingu przy Polskiej Izbie Firm Szkoleniowych. Zaowocowało to stworzeniem w 2009 r. Izby Coachingu, a następnie w 2012 r. Systemu Akredytacji Izby Coachingu”¹². Warto wspomnieć, że Izba Coachingu to pierwsza na świecie izba gospodarcza skupiająca firmy zajmujące się coachingiem. Jej misja to „profesjonalizacja i rozwój coachingu zgodnego z standardami etyki i metodami pracy coacha oraz stworzenie platformy wymiany myśli, doświadczeń i standardów dla wielu różnych nurtów coachingu dostępnych na polskim i światowym rynku”¹³. Za cel postawiła sobie rejestrację zawodu coacha w Polsce i cel ten osiągnęła. Pierwszego stycznia 2015 roku weszło w życie „Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania” (Dz.U. 2014poz.1145). W klasyfikacji stanowiącej załącznik do rozporządzenia coach został ujęty w grupie wielkiej Specjalności (w grupie elementarnej Specjalności nauczania i

¹² M. Huflejt-Łukasik, G. Zawilowski, M. Budkowski, *op. cit.*, s. 69.

¹³ <http://www.izbacoachingu.com/pl/site/203/o-izbie.html> (dostęp: 15.11.2015).

wychowania gdzie indziej niesklasyfikowani), na pozycji 235920 Trener osobisty (coach, mentor, tutor)¹⁴.

Według opisu zawodu coach „Pomaga klientowi dokonywać zmiany w rozwoju osobistym i zawodowym oraz realizacji wyznaczonych celów; wspiera proces zmiany we wszystkich obszarach życia: odkrywa niewykorzystany potencjał człowieka w sesjach indywidualnych i zbiorowych; wzbudza motywację do działania; wspólnie z klientem znajduje skuteczne rozwiązania”¹⁵.

Zadania zawodowe coacha obejmują:

- nawiązanie kontaktu z klientem, zawarcie umowy na przeprowadzanie sesji coachingowych, wyjaśnienie mu, czym jest coaching i jak będą przebiegały sesje;
- identyfikację obszaru i rodzaju przyczyny zgłoszenia się klienta na sesję coachingową;
- zaproponowanie klientowi ogólnej strategii i struktury pracy w procesie coachingu w zależności od jego celu i obszaru życia;
- przeprowadzanie indywidualnych sesji, w których trakcie następuje precyzyjne wyznaczanie nowych bądź zmodyfikowanych celów;
- stosowanie różnych technik coachingowych;
- ukierunkowywanie klienta na realizację wyznaczonych celów, wspieranie w identyfikowaniu i eliminowaniu przeszkód oraz w dostrzeganiu i wykorzystaniu możliwości przy ich realizacji;
- odkrywanie przez klienta błędów i niepowodzeń w różnych sferach życia;
- skłanianie klienta do optymalnego i świadomego wykorzystywania swoich umiejętności i zasobów wewnętrznych oraz kreatywnego rozwiązywania istniejących problemów;
- wzbudzanie u klienta motywacji i zaangażowania do realizacji wyznaczonych celów oraz wspieranie go w podejmowaniu kluczowych decyzji i w trudnych sytuacjach;
- poszukiwanie razem z klientem skutecznych rozwiązań;
- przestrzeganie standardów etycznych;
- prowadzenie szkoleń i warsztatów dla pracowników i menedżerów poświęconych na przykład skutecznemu kierowaniu zespołem, poprawie komunikacji interpersonalnej, jakości codziennej pracy itp.;
- promowanie i popularyzowanie idei coachingu: publikowanie swoich dokonań, udział w konferencjach, seminariach i wykładach;
- stałe doskonalenie umiejętności coachingowych¹⁶.

Warto zauważyć, że do dodatkowych zadań zawodowych coachów należy także prowadzenie działalności dydaktycznej w uczelniach realizujących problematykę

¹⁴ Załącznik do Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania, s. 18.

¹⁵http://psz.praca.gov.pl/rynek-pracy/bazy-danych/klasyfikacja-zawodow-i-specjalnosci/wyszukiwarka-opisow-zawodow/-/klasyfikacja_zawodow/zawod/235920(dostęp: 15.11.2015).

¹⁶*Ibidem*.

zarządzania zasobami ludzkimi, a także prowadzenie badań naukowych nad skutecznymi technikami realizowania coachingu¹⁷.

4. KOMPETENCJE COACHA: WIEDZA, UMIEJĘTNOŚCI, POSTAWA

Coaching jako dyscyplina odwołuje się do wielu dziedzin nauki: na jego fundamenty składają się wybrane koncepcje pochodzące z psychologii, pedagogiki, socjologii, filozofii, nauk o organizacji i zarządzaniu, przywództwie i komunikacji. Pośród wielu inspiracji teoretycznych, użytecznych w coachingu, należy wspomnieć, zdaniem Lidii Czarkowskiej, o teoriach uczenia się, rozwoju osób dorosłych, teoriach zmiany, psychologii poznawczo-behawioralnej, teorii inteligencji emocjonalnej, inteligencji społecznej i duchowej, myśleniu systemowym, pracy z procesem. Zakres wiedzy teoretycznej przydatnej do wykonywania zawodu coacha jest niezwykle szeroki, a edukacja coacha jawi się jako niekończący się proces¹⁸.

Kompetencje coacha były przedmiotem badań przeprowadzonych przez *European Mentoring and Coaching Council* w ramach międzynarodowego projektu¹⁹. Jak twierdzi David Clutterbuck, badania dowiodły „istnienia ogólnych kompetencji związanych z prowadzeniem coachingu. Kompetencje ogólne powiązane są dodatkowo z szeregiem kompetencji szczególnych – w większości zależnych od rodzaju problemów i okoliczności. Nie bez znaczenia pozostaje droga, która doprowadziła trenerów do coachingu”²⁰. Clutterbuck wyróżnia trzy poziomy coachingu, wskazując jednocześnie ogólne umiejętności niezbędne do prowadzenia coachingu na każdym z poziomów działania:

- I. Poziom pierwszy: codzienny coaching wprowadzony do firmy jako element ogólnej poprawy wydajności pracy. Kompetencje poziomu pierwszego to:
 - zrozumienie istoty coachingu;
 - podstawowe umiejętności: słuchania, obserwacji i oceny działań, stosowania informacji zwrotnej;
 - zdolność motywowania ludzi do osiągnięcia celów;
 - motywowanie „opornych”;
 - umiejętność dialogu społecznego, technicznego i strategicznego.
- II. Poziom drugi: praca z jednostkami lub zespołami pracowniczymi w celu ulepszenia konkretnych umiejętności: fizycznych, technicznych i behawioralnych. Kompetencje poziomu drugiego obejmują kompetencje dla poziomu pierwszego oraz:
 - zrozumienie teorii uczenia się i motywacji;
 - zaawansowane umiejętności: słuchania oraz przygotowywania i przekazywania informacji zwrotnej;
 - umiejętność prowadzenia dialogu koncentrującego się na introspekcji i zmianie zachowania;
 - wiedza specjalistyczna oraz doświadczenie w działaniu.
- III. Poziom trzeci: pomoc pracownikowi w osobistej zmianie. Kompetencje poziomu trzeciego obejmują kompetencje poziomu pierwszego i drugiego oraz:

¹⁷*Ibidem*.

¹⁸L.D. Czarkowska, *op. cit.*, s. 45.

¹⁹D. Clutterbuck, *op. cit.*, s. 35.

²⁰*Ibidem*, s. 35–36.

- szersze zrozumienie teorii behawioralnej;
- gruntowną znajomość modeli behawioralnych;
- przynajmniej podstawowe umiejętności prowadzenia dialogu integrującego zdolności doradcze²¹.

Wśród elementów pożądanej postawy coacha można wymienić: ciekawość, uczciwość i autentyczność, otwartość, szacunek dla klienta, wiarę w potencjał i kreatywność klienta, pełne, prawdziwe zaangażowanie w pracę z klientem od chwili przyjęcia roli coacha do zakończenia procesu coachingu²².

Zdaniem Urszuli Sadowskiej: „aby coach mógł o sobie myśleć jako o profesjonalście, osobie kompetentnej, musi ciągle rozszerzać wiedzę, doskonalić swoje umiejętności i znajdować się w procesie świadomego samorozwoju²³”. Trzy zasadnicze elementy składające na postawę coacha to:

- ciekawość nowych badań psycho-neurologicznych, otwartość na wiedzę i odkrycia naukowców – badaczy kognitywistów, neurobiologów;
- ciągłe doskonalenie siebie i praca nad sobą. Dbanie o wszystkie elementy swojej inteligencji emocjonalnej to klucz do zrozumienia innych oraz rozwijania empatii i intuicji;
- dbanie o rozwijanie w sobie poczucia humoru i radości. Śmiech daje dystans do trudnych sytuacji, jest elementem inteligencji społecznej²⁴.

Szczegółowy zakres kompetencji koniecznych od wykonywania zawodu określiło *International Coach Federation*. Czterem obszarom działań przyporządkowano jedenaście kluczowych kompetencji:

A. Ustalanie zasad współpracy:

1. Zgodność z wytycznymi Kodeksu Etycznego i standardami zawodu coacha– zrozumienie zasad etycznych i standardów coachingu oraz umiejętność zastosowania ich we wszystkich sytuacjach coachingowych.
2. Uzgodnienie kontraktu coachingu– umiejętność zrozumienia potrzeb danej interakcji coachingowej oraz umiejętność doprowadzenia do zawarcia z klientem umowy w zakresie przebiegu procesu coachingu oraz zasad współpracy klienta i coacha.

B. Współtworzenie relacji:

3. Budowanie zaufania i poczucia bezpieczeństwa klienta– umiejętność stworzenia bezpiecznego, wspomagającego środowiska, dzięki któremu rozwijają się wzajemny szacunek i zaufanie pomiędzy klientem i coachem.

²¹ *Ibidem*, s. 36–37.

²² Por. D. Kukielka-Pucher, *Kompetencje profesjonalnego coacha*, [w:] *Coaching. Teoria, praktyka, studia przypadków*, red. M. Sidor-Rządkowska, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2009, s.67–82; A. Syrek-Kosowska, M. Rachwał, *Rola mentoringu i coachingu w zarządzaniu talentami*, [w:] *Coaching jako wskaźnik zmian paradygmatów w zarządzaniu*, red. L.D. Czarkowska, Poltext, Warszawa 2012, s 222–223.

²³ U. Sadowska, *Postawa coacha – nieustanny rozwój własny*, „Coaching Review”1/1(2010), Warszawa 2010, s. 19.

²⁴ *Ibidem*, s. 19.

4. Obecność coachingowa – zdolność bycia pełni świadomym oraz tworzenia spontanicznej relacji z klientem, stosowanie stylu, który jest zarówno otwarty, elastyczny, jak również daje poczucie pewności.

C. Efektywne komunikowanie:

5. Aktywne słuchanie– umiejętność całkowitego skupienia się na tym, co mówi klient, a także zauważanie tego, czego nie mówi, w celu zrozumienia znaczenia słów klienta w kontekście jego pragnień oraz wspomagania go w autoekspresji.
6. Pytania sięgające sedna– umiejętność zadawania pytań, które odkrywają informacje potrzebne do uzyskania maksymalnego efektu dla klienta idla relacji coachingowej.
7. Bezpośrednia komunikacja– umiejętność efektywnej komunikacji podczas sesji coachingowej oraz stosowania języka, który ma najsilniejszy pozytywny wpływ na klienta.

D. Wspieranie procesu uczenia i osiągania rezultatów:

8. Budowanie świadomości– umiejętność integracji i właściwej oceny wielu różnych źródeł informacji oraz przedstawiania interpretacji, które pomagają klientowi poszerzać świadomość, a tym samym osiągnąć uzgodnione rezultaty.
9. Projektowanie działań– umiejętność tworzenia z klientem możliwości ciągłego uczenia się, podczas coachingu oraz sytuacji wżyciu/pracy, a także do podejmowania nowych działań, które w najbardziej efektywny sposób prowadzą do uzgodnionych rezultatów coachingu.
10. Planowanie i wytyczanie celów– umiejętność tworzenia i utrzymywania razem z klientem efektywnego planu coachingu.
11. Zarządzanie postępami i zaangażowaniem – umiejętność utrzymania uwagi klienta na tym, co ważne, przy jednoczesnym pozostawieniu klientowi odpowiedzialności za podejmowanie działań²⁵.

5. KSZTAŁCENIE COACHÓW W POLSCE

W ciągu ostatnich lat można zaobserwować wzrost zainteresowania coachingiem jako drogą w karierze zawodowej. W odpowiedzi na to zainteresowanie powstał cały „przemysł” skierowany do ludzi, którzy myślą o karierze coacha. Coraz częściej pojawiają się programy wyraźnie profilowane, na przykład leadership coaching, coaching menedżerski, life-coaching, coaching sportowy, coaching medyczny, diet coaching, coaching kariery, coaching w edukacji.

Można uczyć się coachingu na wielu różnych kursach, coraz bogatsza jest też oferta studiów podyplomowych. Według danych z kwietnia 2014 roku na polskim rynku kursów i studiów podyplomowych działało około 86 podmiotów (*Raport Szkoły Coachingu 2014*)²⁶. Wszystkich wymienić nie sposób, warto jednak odnotować kilka znaczących

²⁵ Szczegółowy opis kompetencji coacha znajduje się na stronach internetowych ICF <http://icf.org.pl/pl81,kluczowe-kompetencje-coacha-icf.html> (dostęp: 15.11.2015).

²⁶ *Raport Szkoły Coachingu 2014*, s.6. Raport przygotowany z inicjatywy Izby Coachingu z myślą o osobach, które są zainteresowane coachingiem jako drogą zawodową. Porównano w nim programy kształcenia coachów pod kątem kryteriów mogących być podstawą wyboru, na przykład: cenę,

przykładów. Spośród organizatorów studiów podyplomowych należy wskazać: Akademię Leona Koźmińskiego, Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet SWPS wraz z Laboratorium Psychoedukacji, Uniwersytet Łódzki czy Wyższą Szkołę Biznesu w Dąbrowie Górniczej. Natomiast spośród organizatorów kursów można wspomnieć o: Wszechnicy Uniwersytetu Jagiellońskiego, KeffAnn, Coaching Center, Norman Benett Academy, Mistrzowskiej Szkole Coachingu, Grupie Active Change, CC Innovations, Gdańskim Wydawnictwie Psychologicznym²⁷.

Nową tendencją, którą warto odnotować, jest oferta szkół wyższych dotycząca kształcenia w zakresie coachingu na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych, zarówno pierwszego, jak i drugiego stopnia. Z danych Zintegrowanego Systemu Informacji o Nauce i Szkolnictwie Wyższym POLON wynika, że ofertę taką przedstawiają²⁸:

- Uniwersytet Śląski w Katowicach – kierunek doradztwo filozoficzne i coaching, studia pierwszego i drugiego stopnia, w trybie stacjonarnym i niestacjonarnym;
- Śląski Uniwersytet Medyczny – kierunek coaching medyczny, studia drugiego stopnia, w trybie stacjonarnym;
- Uniwersytet Zielonogórski – kierunek coaching i doradztwo filozoficzne, pierwszego stopnia, w trybie stacjonarnym i niestacjonarnym;
- Collegium Da Vinci z siedzibą w Poznaniu – kierunek doradztwo i coaching, studia pierwszego stopnia, w trybie stacjonarnym i niestacjonarnym, oraz drugiego stopnia w trybie niestacjonarnym;
- Wyższa Szkoła Inżynierii i Ekonomiczna w Rzeszowie – kierunek coaching i zarządzanie zasobami ludzkimi, studia pierwszego stopnia, w trybie niestacjonarnym;
- Wyższa Szkoła Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych w Kielcach – kierunek zarządzanie i coaching, studia pierwszego stopnia w trybie niestacjonarnym.

Uczelnie zaczynają także oferować naukę coachingu w ramach specjalności na wybranych kierunkach studiów²⁹.

Edukacja może trwać zatem od kilku dni (na kursie), poprzez kształcenie trwające kilka lub kilkanaście miesięcy (dłuższe kursy lub studia podyplomowe), a skończywszy na formach zakładających dużo dłuższy proces kształcenia trwającego nawet kilka lat (na studiach I i/lub II stopnia). Większość form wymaga obecności na zajęciach, ale pojawiła się również możliwość uczenia się przez internet.

liczbę godzin, liczbę osób przypadających na jednego trenera, a także, co może być bardzo pomocne, dane dotyczące akredytacji programu kształcenia i możliwości uzyskania akredytacji indywidualnych po ukończonym szkoleniu.

²⁷Wykaz programów akredytowanych przez Izbę Coachingu: <http://www.izbacoachingu.com/pl/site/312/lista-akredytowanych-program%C3%B3w.html> (dostęp: 15.11.2015), lista akredytowanych programów przez ICF <http://icf.org.pl/pl87/szkolenia-akredytowane-dla-coachow.html> (dostęp: 15.11.2015). Wykaz szkół coachingu oraz zestawienie studiów podyplomowych można znaleźć także na portalu Świat coachingu: <http://www.swiatcoachingu.pl> (dostęp: 15.11.2015).

²⁸<https://polon.nauka.gov.pl/opi/aa/kierunki/studia?execution=e2s1> (dostęp: 27.11.2015).

²⁹ Na przykład: Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. J. Korczaka w Warszawie ma w swojej ofercie doradztwo zawodowe i personalne z coachingiem (na studiach pedagogicznych I i II stopnia) oraz coaching społeczny (na studiach I stopnia na kierunku polityka społeczna), <http://www.wspkorczak.eu/wawa-oferta> (dostęp: 15.11.2015).

Ukończenie studiów potwierdzone jest dyplomem uczelni (stąd określenie „dyplomowany coach”), natomiast ukończenie kursu zwykle jest potwierdzone certyfikatem szkoły coachingu lub instytucji, w której ramach działa szkoła (stąd określenie „certyfikowany coach”) ³⁰.

Wybierając „ścieżkę edukacyjną”, warto zwrócić uwagę na rekomendacje uznanych organizacji branżowych. Wobec lawinowo rosnącej oferty coraz większego znaczenia nabiera bowiem akredytacja programów szkoleniowych. Akredytacja oznacza, że profesjonalne organizacje dokonały oceny merytorycznej zawartości programu oraz stosowanych metod nauczania i trenowania kompetencji coachingowych. Akredytacji udzielają niezależne instytucje, nieprowadzące szkoleń zawodowych, dbające o jakość i standardy usług. I tak dla przykładu: wybierając program akredytowany przez Izbę Coachingu, można mieć pewność, że:

- program obejmuje naukę podstawowych kompetencji coacha;
- trenerzy są coachami praktykami, a także mają doświadczenie trenerskie w nauczaniu coachingu;
- szkoła prowadzi zajęcia praktyczne (min. 70% praktyki, maks. 30% teorii);
- już w czasie trwania szkolenia będziemy działać samodzielnie w roli coacha;
- doświadczymy superwizji coachingu³¹, poznając jej wpływ na nasz warsztat pracy i samoświadomość jako coach;
- szkoła będzie czuwać nad naszym rozwojem przez superwizję prowadzonego przez nas procesu coachingu, a godziny superwizji odbyte w szkole zostaną zaliczone w procesie akredytacji na coacha Izby Coachingu³².

Należy zaznaczyć, że akredytacja dotyczy konkretnego programu, nie jest potwierdzeniem jakości dla całej oferty danego podmiotu³³.

Ukończenie szkolenia bądź studiów to dopiero pierwszy etap w rozwoju zawodowym. W dalszej kolejności niezbędne jest poddanie się systematycznemu nadzorowi i weryfikacji poprzez uczestnictwo w superwizji doświadczonych coachów (mentorów/superwizorów). Jak zauważa Anna Syrek-Kosowska, wraz z rozwojem i profesjonalizacją coachingu superwizja staje się coraz bardziej oczekiwany i praktykowany sposobem samorozwoju coachów i rozwijania całej profesji³⁴.

Kolejnym etapem potwierdzania kwalifikacji coacha, a zarazem dbania o rozwój w roli zawodowej, jest posiadanie indywidualnej akredytacji. Nie jest ona niezbędna, ale

³⁰Raport Szkoły Coachingu 2014, s.8.

³¹„Superwizja to formalny proces profesjonalnego wsparcia coacha ze strony superwizora, czyli doświadczonego i odpowiednio przeszkolonego coacha, który naprzemiennie pełni kilka ról: mentora, coacha, trenera” (Raport Szkoły Coachingu 2014, s.11). Superwizja jest też formalnym wymogiem podczas ubiegania się o indywidualną akredytację ICF, EMCC, IC.

³²http://www.izbacoachingu.com/userfiles/files/Izba%20Coachingu_Biuletyn_1_14_2.pdf. Dla porównania wskazówki dotyczące wyboru kursu czy szkolenia opracowane przez ICF: <http://icf.org.pl/pl80.jak-zostac-coachem-.html> (dostęp: 15.11.2015).

³³ Wykaz akredytowanych programów szkoleniowych można znaleźć na stronach internetowych organizacji akredytujących.

³⁴ Więcej: A. Syrek-Kosowska, *Superwizja w coachingu – kluczowy proces transformacji coacha, klienta i organizacji*, [w:] *Coaching transformacyjny jako droga ku synergii*, red. L.D. Czarkowska, Poltext, Warszawa 2014, s.55–69; H.Szmidt, *Superwizja w coachingu w odniesieniu do realiów polskich organizacji*, [w:] *Coaching. Teoria, praktyka, studia przypadków*, red. M. Sidor-Rządkowska, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2009, s. 207–231.

stanowi ważny mechanizm weryfikujący jakość usług. Jest informacją dla firm oraz osób poszukujących coacha, że dana osoba posiada odpowiednią wiedzę i umiejętności efektywnego jej stosowania we własnej praktyce, a oferowane przez nią usługi spełniają wysokie standardy. W Polsce akredytację przyznają coachom cztery organizacje: *International Coach Federation*, Izba Coachingu, *European Mentoring and Coaching Council* oraz *International Institute of Coaching and Mentoring (II&M)*. Akredytacje indywidualnemają kilka poziomów zaawansowania, kryteria, według których są przyznawane, można odnaleźć na stronach internetowych poszczególnych organizacji akredytujących. Wymienione organizacje prowadzą również akredytacje programów szkoleniowych.

Warto podkreślić, że coach to zawód wymagający ciągłego samorozwoju, doskonalenia umiejętności pracy z ludźmi, poszerzania swoich kompetencji. Wymóg ten znajduje odzwierciedlenie w zapisach Kodeksu Etycznego Izby Coachingu: „pamiętaj o stałym pogłębianiu wiedzy i rozwijaniu umiejętności”³⁵ oraz „Coach uczy się, korzysta z superwizji, konsultacji i wsparcia innych Coachów oraz wszystkich osób, których postawa, wiedza, umiejętności i doświadczenie mogą mu pomóc w rozwoju zawodowym. W szczególności obowiązkiem Coacha jest korzystanie z tego rodzaju pomocy, (zwłaszcza superwizji) w przypadkach, gdy napotyka na wątpliwości lub trudności w pracy, z którymi nie potrafi sobie poradzić, lub gdy jego emocje ograniczają zdolność pełnego wykorzystania posiadanych kompetencji”³⁶. W cytowanym kodeksie znajduje się również postulat dotyczący bieżącego śledzenia dostępnych opracowań, raportów i badań naukowych dotyczących coachingu, a także rozwijania idei coachingu poprzez publikacje, wystąpienia na konferencjach, uczestniczenie w zespołach badawczych³⁷.

Swoje kompetencje coachowie mogą doskonalić, uczestnicząc w konferencjach, seminariach, spotkaniach otwartych, warsztatach czy kursach specjalistycznych, webinarach, ale także biorąc udział w spotkaniach Klubu Coacha, w spotkaniach organizowanych przez ICF pod nazwą Learning Forum i Coachnig Cafe, oraz wielu innych inicjatywach.

6. PODSUMOWANIE

Coaching – oprócz tego, że jest kształtującą się profesją – jest także rozwijającym się stylem porozumiewania się, przyjmowanym przez liderów w organizacjach, nauczycieli, doradców, terapeutów, lekarzy czy rodziców. Staje się atrybutem przywództwa. Oczekiwanie, że przywódcy w organizacjach będą rozwijać kompetencje coachingowe w interakcjach z pracownikami i kolegami wzrasta i trend ten będzie prawdopodobnie wzmacniać się w nadchodzących latach³⁸.

W obecnych czasach, kiedy każdy może tytułować się coachem, a liczba instytucji kształcących coachów rośnie, warto przyjrzeć się zjawisku coachingu w kontekście określania granic jego stosowania. W niniejszym artykule, ze względu na ograniczoną

³⁵Izba Coachingu, *Kodeks Etyczny Coacha*, pkt. 8. http://www.izbacoachingu.com/userfiles/files/Kodeks_Etyczny_Izby_Coachingu.pdf (dostęp: 15.11.2015).

³⁶*Ibidem*, pkt 8.2.

³⁷*Ibidem*, pkt 8.4–8.5.

³⁸ L. Whitworth, K. Kimsey-House, H. Kimsey-House, P. Sandahl, *Coaching koaktywny*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010, s. 249.

formułę, nie poruszono wątku związanego z odróżnieniem coachingu od innych form wspierania rozwoju³⁹. Warto jednak chociażby w kilku słowach i w wielkim uproszczeniu wspomnieć, że „tradycyjny mentoring, szkolenie, doradztwo, konsulting polega na przekazywaniu rad, treści, informacji. Coaching zaś to wydobywanie z ludzi tkwiącego w nich potencjału”⁴⁰. Znajomość zarówno ograniczeń coachingu, ale także punktów wspólnych i – co istotne – granic z takimi metodami jak mentoring, psychoterapia, szkolenia czy konsulting powinna być podstawowym elementem profesjonalizmu coacha⁴¹. Między innymi dlatego szczególną uwagę należy zwrócić na system kształcenia coachów, weryfikacji ich kompetencji zawodowych, ciągłego dokształcania. Zdaniem autorów przytaczanego wcześniej *Raportu Szkoły Coachingu 2014*: „przygotowanie do zawodu coacha to proces, na który się składa nauka kompetencji i metod, praktyka pod superwizją, ale także, a może przede wszystkim, własny rozwój osobisty, kształcenie postawy etycznej, zdobycie umiejętności przyjmowania pozycji obserwatora samego siebie w procesie prowadzonego coachingu”⁴².

Jak zauważył Piotr Żylicz, zbyt wiele też jest wiary w skuteczność coachingu jako oddziaływania rozwojowego, a zbyt mało rzetelnych faktów pochodzących zarówno z badań ewaluacyjnych, jak i z codziennej praktyki organizacji, które go stosują⁴³. Dlatego też „wszyscy, którym zależy na profesjonalizacji zawodu coacha, powinni nieustannie jak mantrę powtarzać sobie i innym, że coaching wymaga gruntownego badania efektywności”⁴⁴. Postulat dotyczący prowadzenia badań naukowych nad skutecznością coachingu zawarty został zarówno w ministerialnym opisie zawodu coacha, jak i w cytowanym wcześniej Kodeksie Etycznym Izby Coachingu.

Wobec pojawiających się nieporozumień wokół coachingu wynikających z nadużywania nazwy metody, konieczne wydaje się prowadzenie działań mających na celu uporządkowanie rynku usług coachingowych, w tym również usług edukacyjnych. Bez tego elementu klienci narażeni są na ryzyko trafienia na niskiej jakości usługi, bądź takie, które z coachingiem nie mają nic wspólnego. Troska o wizerunek coachingu, dzielenie się wiedzą, tworzenie i współpraca środowisk zawodowych Czachów oraz komunikacja z odbiorcami na temat standardów i etyki zawodu to najważniejsze wyzwania dla środowiska profesjonalnych coachów na najbliższe lata.

LITERATURA

- [1] Bennewicz M., *Coaching i mentoring w praktyce*, G+J, Warszawa 2011.
- [2] Bussiness coaching jako dźwignia rozwoju przedsiębiorczości, red. L.D. Czarkowska, Poltext, Warszawa 2015.
- [3] Clutterbuck D., *Coaching zespołowy*, REBIS, Poznań 2009.

³⁹ Por. M. Sidor-Rządkowska, *op. cit.*, s.24–35, S. Neale, L. Spencer-Arnell, L. Wilson, *op. cit.*, s. 52–54, B. Wujec, *op. cit.*, s.14–21, I. Ślęzak-Gładzik, *op. cit.*, s. 149–151, <http://www.izbacoachingu.com/pl/site/307/coaching-a-inne-formy-wsparcia-ludzi-i-organizacji.html> (dostęp:15.11.2015).

⁴⁰ A. Scoular, *Coaching biznesowy*, GWP, Sopot 2014, s. 17.

⁴¹ M.Huflejt-Łukasik, G. Zawilowski, M. Budkowski, *op.cit.*, s. 71.

⁴² *Raport Szkoły Coachingu 2014*, s. 4.

⁴³ P.O. Żylicz, *Efektywność coachingu*, [w:] *Coaching. Teoria, praktyka, studia przypadków*, red. M. Sidor-Rządkowska, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2009, s. 144.

⁴⁴ *Ibidem*, s. 156.

- [4] „Coaching Review” 1/1(2010), Kwartalnik Centrum Coachingu Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa 2010.
- [5] „Coaching Review” 1/4 (2012), Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012.
- [6] *Coaching jako wskaźnik zmian paradygmatów w zarządzaniu*, red. L.D. Czarkowska, Poltext, Warszawa 2012.
- [7] *Coaching. Teoria, praktyka, studia przypadków*, red. M. Sidor-Rządkowska, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2009.
- [8] *Coaching transformacyjny jako droga ku synergii*, red. L.D. Czarkowska, Poltext, Warszawa 2014.
- [9] Dilts R., *Od przewodnika do inspiratora, czyli Coaching przez duże „C”*, PINLP, Warszawa 2006.
- [10] Hargrove R., *Mistrzowski coaching*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
- [11] Neale S., Spencer-Arnell L., Wilson L., *Coaching inteligencji emocjonalnej*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010.
- [12] Oleksyn T., *Zarządzanie kompetencjami. Teoria i praktyka*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010.
- [13] Parsloe E., *Coaching i mentoring*, Petit, Warszawa 2000.
- [14] Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (Dz.U. 2014 poz.1145).
- [15] Sidor-Rządkowska M., *Profesjonalny coaching. Zasady i dylematy etyczne w pracy coacha*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012.
- [16] Scoular A., *Coaching biznesowy*, GWP, Sopot 2014.
- [17] Thorpe S., Clifford J., *Podręcznik coachingu*, REBIS, Poznań 2011.
- [18] Whitmore J., *Coaching. Trening efektywności*, G+J, Warszawa 2011.
- [19] Wilson C., *Coaching biznesowy*, MT Biznes, Warszawa 2010.
- [20] „Zarządzanie i Marketing, Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej” 2011/4.
- [21] <http://www.izbacoachingu.com/pl> (dostęp: 15.11.2015).
- [22] <http://icf.org.pl> (dostęp: 15.11.2015).
- [23] <http://www.iccpoland.pl> (dostęp: 15.11.2015).
- [24] <http://www.emccouncil.org> (dostęp: 15.11.2015).
- [25] <http://www.swiatcoachingu.pl> (dostęp: 15.11.2015).
- [26] <https://polon.nauka.gov.pl> (dostęp: 27.11.2015).
- [27] <http://www.iicandm.org> (dostęp: 15.11.2015).
- [28] <http://www.scp.org.pl> (dostęp: 15.11.2015).

COACH PROFESSION. COACHING EDUCATION IN POLAND

Coaching is becoming an increasingly popular means of supporting human potential development in Poland. It benefits individuals, business as well as governmental and non-governmental institutions. After a dozen or so years of functioning on Polish market, the profession of coach has ultimately become acknowledged by the decision of the Minister of Labour and Social Policy in Polish Classification of Occupations and Specialisations.

The lack of law regulating the coach's profession on some occasions leads to situations when anybody can call themselves a coach and advertise own services. This results in mutual coexistence of fully qualified coaches practising their duties according to both coaching standards and ethics, and people without proper education exercising activities related to coaching by no means.

In response to an increased interest in coaching as career development path, an extensive educational offer has been prepared and addressed to those attracted by the prospective career of a coach. This very educational trend has been noticed and benefited by not only numerous institutions and so called "schools of coaching" but also higher education units.

What is coaching? Who can become a coach in Poland? How can one become a coach? What are the desired competences to pursue this profession? What is important while selecting the best educational offer in the area of coaching? How to recognize a good coach? What is coaching auditing? The aim of the author is to provide the knowledge on coaching and the profession of a coach by trying to answer the above questions.

Keywords: coaching, coach's profile, coach's competences, coach training curriculum.

DOI:10.7862/rz.2015.hss.56

Przesłano do redakcji: listopad 2015

Przyjęto do druku: grudzień 2015