

РОЗДІЛ 1 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

УДК 37.011.3-051:005.62

DOI <https://doi.org/10.32782/humanitas/2022.4.1>

Олена БЄЛКІНА-КОВАЛЬЧУК

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи, Волинський національний університет імені Лесі Українки, просп. Воли, 13, м. Луцьк, Волинська обл., Україна, 43025

ORCID: 0000-0001-7115-3889

DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2022.4.1>

Бібліографічний опис статті: Белкіна-Ковальчук, О. (2022). Постановка мети як важлива складова ефективного коучингу. *Ввічливість. Humanitas*, 4, 3–7, doi: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2022.4.1>

ПОСТАНОВКА МЕТИ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО КОУЧИНГУ

Коучинг – це сучасна технологія, яку створили для розвитку потенціалу людей і команд. У процесі коучингу відбувається розкриття потенціалу людини, розвиток її якостей, підвищується ефективність роботи та покращується якість життя людини в цілому. В умовах сьогодення України, велика частина її населення переживає посилений стрес та емоційну напругу, стикнувшись із необхідністю прийняття рішень в умовах невизначеності та підвищених ризиків, управління ресурсними станами, потребує навичок швидкої адаптації та ефективної роботи в умовах критичних змін. Саме тому надзвичайно важливою є коучингова підтримка населення. Однак ефективність такої підтримки залежить від правильно визначеної та сформульованої клієнтом мети. Мета публікації – висвітлити особливості ефективної постановки мети в коучингу.

Досягнення поставленої мети в процесі коучингу обумовлено успішним завершенням кожного з його етапів: аналіз ситуації, планування, впровадження, оцінка. Дуже важливо, щоб кожна ціль, яка зазначена в плані роботи з клієнтом, була конкретною, її можна було виміряти, вона була би досяжною, доречною на даний момент, і мала би конкретні терміни досягнення. Існують певні критерії, яким повинні відповідати поставлені цілі. У статті звертається увага на техніки SMART, «ДСР – ефективне цілепокладання», «Декартові координати», які спрямовані на краще розуміння та ефективне формулювання мети клієнтом. Звертається увага на ряд критеріїв хибної мети, наприклад, бажання комусь щось довести, статусність мети, батьківська мета тощо. Наголошено на емоційних маркерах хибної мети (запінання клієнта, невпевненість клієнта, очікування клієнта на підтримку), які необхідно вчасно помітити та врахувати при роботі з клієнтом. Наведено перелік семи базових запитань, які дозволяють визначити хибну мету.

Ключові слова: коучинг, розвиток потенціалу особистості, робота з клієнтами, мета коучингу, хибна мета, техніки коучингу (SMART, Декартові координати).

Olena BIELKINA-KOVALCHUK

PhD in Pedagogy, Associate Professor, Senior Lecturer at the Department of Social Work and Pedagogy of Higher School, Lesya Ukrainka Volyn National University, 13 Voli Avenue, Lutsk, Ukraine, 43025

ORCID: 0000-0001-7115-3889

DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2022.4.1>

To cite this article: Bielkina-Kovalchuk, O. (2022). Postanovka mety yak vazhlyva skladova efektyvnoho kouchnhu [Setting the goal as an important component of effective coaching]. *Vvichlyvist. Humanitas*, 4, 3–7, doi: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2022.4.1>

SETTING THE GOAL AS AN IMPORTANT COMPONENT OF EFFECTIVE COACHING

Coaching is a modern technology that was created to develop the potential of people and teams. In the process of coaching, potential is revealed, the qualities are developed, work efficiency increases and the quality of the life improves in general. Nowadays in Ukraine, a large part of its population is experiencing increased stress and emotional tension, faced with the need to make decisions in conditions of uncertainty and increased risks, manage resource conditions, needs the skills of quick

adaptation and effective work in conditions of critical changes. That is why the coaching support of the population is extremely important. However, the effectiveness of such support depends on a correctly defined and formulated goal by the client.

The purpose of the publication is to highlight the features of effective to set the goal in coaching.

Achieving the set goal in the coaching process is conditioned by the successful completion of each of its stages: situation analysis, planning, implementation, evaluation. It is very important that each goal in the client engagement plan be specific, measurable, achievable, relevant and time-bound.

There are certain criteria that the set goals must meet. The article focuses on techniques SMART, «Cartesian coordinates», which are aimed at a better understanding and effective formulation of the goal by the client. Attention is drawn to a number of criteria of a false goal, for example, the desire to prove something to someone, status of the goal, parental goal, etc. Emphasis is placed on the emotional markers of a false goal (the client's stuttering, the client's insecurity, the client's expectation of support), which must be noticed in time and taken into account when working with the client. Here is a list of seven basic questions that allow you to identify a false goal.

Key words: *coaching, development of personal potential, work with clients, goal of coaching, false goal, coaching techniques (SMART, Cartesian coordinates).*

Актуальність проблеми. В умовах сьогодення України, велика частина її населення переживає посилений стрес та емоційну напругу, стикнувшись із необхідністю прийняття рішень в умовах невизначеності та підвищених ризиків, управління ресурсними станами, потребує навичок швидкої адаптації та ефективної роботи в умовах критичних змін. Тому, особливо гостро відчувається потреба у нових формах, методах, прийомах, технологіях роботи, вдосконалення підходів і принципів організації роботи з клієнтами, які б сприяли їх підтримці та розвитку особистості. Однією з таких технологій є технологія коучингу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На теренах України коучинг є відносно новим поняттям та технологією роботи з людьми. Тому, його дослідженням переважно займалися зарубіжні науковці та дослідники: А. Браун, Т. Голві, М. Доуней, К. Дуглас, Р. Кілбург, ДЖ. О'Коннор, К. Мак-Каулей та ін. Окремі аспекти коучингу висвітлені в роботах вітчизняних авторів: О. Кушнірук, Т. Лози, І. Миколайчук, О. Нежинської, В. Павлова, Н. Сайко, В. Тименка та ін. У їхніх працях зосереджено увагу на сутність, види, інструменти коучингу, вимоги до особистості коуча, загальні підходи до використання коучингу в соціальній та освітній сферах. Однак недостатньо висвітлені специфічні складові коучингового процесу, які сприяють його ефективності, однією з яких є постановка мети.

Мета дослідження – висвітлити особливості ефективної постановки мети в коучингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковій літературі та практиці поняття «коучинг» має різні підходи у своєму поясненні. Н. Сайко звертає увагу, що з точки зору менеджменту коучинг тлумачиться як інструмент удосконалення принципів роботи тих людей, які визначають життя компанії та як система реа-

лізації професійного та особистісного потенціалу, що заснована на ідеології успішності, персональної відповідальності за досягнення успіху у житті та особистісного удосконалення для бізнесу і життя (Сайко, 2017, с. 208).

У психологічних науках коучинг презентується як індивідуальне тренування людини для досягнення значущих для неї цілей, підвищення ефективності планування, мобілізації, внутрішнього потенціалу, розвитку необхідних здібностей і навичок, освоєння передових стратегій отримання результату та розглядається як технологія розкриття професійного потенціалу (Сайко, 2017, с. 208).

Отже, коучинг – це сучасна технологія, яку створили для розвитку потенціалу людей і команд, задля досягнення заздалегідь узгоджених цілей та докорінної зміни моделей поведінки, що призводить до розкриття внутрішнього потенціалу особистості (О. Нежинська, В. Тименко, 2017, с. 5).

О. Нежинська та В. Тименко однією з умов якісного коучингу визначають повну зосередженість на визначеній меті (рівнозначно як із боку коуча, так і клієнта) (О. Нежинська, В. Тименко, 2017, с. 25);

Для того, щоб план який реалізується за допомогою коучингу, був більш ефективним, він повинен базуватися на одній або двох специфічних цілях розвитку, яких необхідно досягти за відповідний проміжок часу.

Крім того, автори зазначають, що дуже важливо, щоб кожна ціль, яка зазначена в плані, була конкретною, її можна було виміряти, вона була би досяжною, доречною на даний момент, і мала би конкретні терміни досягнення (О. Нежинська, В. Тименко, 2017, с. 55–56).

Досягнення поставленої мети в процесі коучингу обумовлено успішним завершенням кожного з його етапів. Завдання коуча (консультанта

у ролі коуча) на етапі цілепокладання прояснити довгострокову мету клієнта та кінцевий результат, до якого хоче прийти клієнт у майбутньому, а також мету клієнта на сесію та результат на сесію. Ціль на сесію базується на довгостроковій меті і визначає те, чого хоче досягти клієнт у ході сесії у форматі кінцевого результату. І довгострокова мета, і мета на сесію повинні бути сформульовані клієнтом у позитиві. Тобто, це має бути твердження, що знаходиться в зоні контролю клієнта та бути по відношенню до нього екологічним та важливим для нього. Існують певні критерії, яким повинні відповідати поставлені цілі.

Для ефективного визначення бажаної мети, практики рекомендують використовувати техніку SMART. SMART – це аббревіатура, утворена першими буквами англійських слів, кожне з яких вказує на відповідний критерій мети. Отже, мета повинна бути:

Specific (специфічна) – ясною, чіткою і звичною мовою описувати те, що повинно статися; поставлені завдання мають бути зрозумілі усім учасникам процесу.

Measurable (вимірювана) – має бути критерій, за яким можна буде оцінити, чи було виконане завдання. Рекомендується виділити не лише кінцеві, але й проміжні критерії досягнення результату, щоб розуміти, на якому саме етапі виникли проблеми.

Achievable (досяжна) – бажана мета (ціль) має співвідноситися з реально існуючими речами та подіями (тобто завдання і терміни їх реалізації повинні ставитися з точки зору зовнішніх і внутрішніх ресурсів).

Relevant (реалістична) – відноситися до того, що можна зробити у реальному світі, в актуальній ситуації; завдання повинні співвідноситися із загальними завданнями та стратегічними цілями.

Time bound (визначена в часі) – бажана мета повинна мати чіткі часові рамки реалізації з урахуванням досягнення як остаточного, так і проміжного результатів (О. Тараріна, 2014).

Завдання коуча допомогти клієнту обрати мету, чітку й зрозумілу. Після цього коуч, рухаючись по буквах, задає запитання, які будуть рухати клієнта до розуміння його мети, усвідомленню своїх дій та ресурсів.

Необхідно задати клієнту питання на всі SMART критерії:

• S: «Чого конкретно ви хочете?», «Що саме Ви хотіли би мати на виході?», «Яка Ваша мета?»

• M: «Як можна це виміряти? Як Ви дізнаєтеся, що досягли мети?», «Що буде показником досягнення мети?»

• A: «Чи можливо взагалі досягнути цієї мети?», «Наскільки ця мета досяжна?», «Наскільки Ваші дії наближають Вас до цієї мети?», «Чи досягав такої мети хтось інший?»

• R: «Наскільки реально досягти цього за даний проміжок часу?», «Чи є ця мета в зоні Вашого контролю? Чи її досягнення залежить лише від Вас?»

• T: «За який термін Ви хотіли би досягти цієї мети?»

О. Нежинська та В. Тименко наголошують на важливості визначення екологічності мети (на що і на кого ще може вплинути досягнення мети) та зони контролю (на що саме може впливати клієнт, що знаходиться поза зоною його контролю). Для цього пропонуються такі запитання:

Екологія: «На кого ще може вплинути реалізація цієї ідеї?»

Зона контролю: «Наскільки Ви можете впливати на ситуацію? Чи знаходиться вона в зоні вашого контролю? Що саме Ви можете контролювати?»

Ці питання можуть задаватися в довільному порядку, щоб зберегти природність розмови, але вони обов'язково повинні бути опрацьовані. Непроаналізована мета має мало шансів бути досягнутою, крім того, якщо не визначені параметри її вимірювання, неможливо буде оцінити досягнення мети. Якщо мета нематеріального характеру і важко знайти одиниці її вимірювання (наприклад, мотивація), можна використовувати техніку шкалювання (О.Нежинська, В. Тименко, 2017, с. 65).

Отже, правильно визначена та сформульована мета допомагає клієнту усвідомити свої прагнення та будувати кроки для їх досягнення.

В коучингу є таке поняття як хибна мета. Інколи клієнт працює з поставленою метою, але по закінченню роботи з коучем розуміє, що це не та мета, якої він прагнув. Виникає питання: що ж робити в такому випадку? Можливо, відповідь на нього є неочікуваною, але насамперед, порадіти за клієнта. Оскільки людина тепер не буде жити з цією хибною метою. Обов'язково це потрібно проговорити клієнту тому, що він не буде розуміти цінність проробленої роботи.

Звернемо увагу на критерії хибної мети. Одним із критеріїв є бажання комусь щось

довести. «Я хочу досягнути чогось для того, щоб довести батькам, чоловіку і т. п...». Варто тоді уточнити у клієнта: «Що ж побачать люди, коли Ви досягнете цієї мети?»

Наступний критерій – статусна мета. Якщо при постановці мети не звучить цінність для клієнта, то запит хибний. Тобто клієнт хоче чогось досягнути для того, щоб стати крутішим і т. п. Важливо, щоб клієнт формулював свій запит за формулою: «Як я можу зробити це найкращим чином для того, щоб...» .

Ще одним критерієм хибної мети є проголошення мети батьків. Тобто людина повторює батьківський сценарій, коли промовляє: «Я хочу як мама (тато)», «Ми з мамою (татом) вирішили», «Мій тато радив» тощо.

Оскільки, коучинг – це завжди рух до мети, а не від проблеми, то критерієм хибної мети буде також і відповідне її формулювання (не «до», а «від»). Наприклад, прикладом хибної мети може бути: «Як мені найкращим чином перестати повніти?», «Як я найкращим чином можу перестати бути залежним від партнера?» і т. п. Натомість правильніше сформулювати мету можна так: «Як я можу найкращим чином отримати свободу у відносинах?»

Емоційними маркерами хибної мети є: запинання клієнта, невпевненість клієнта (я не знаю, я не впливаю, я не хотів сказати тощо), очікування клієнта на підтримку (я досягну цієї мети, коли мене підтримає чоловік (батьки)).

Якщо у роботі з клієнтом фахівець помітив критерії хибної мети, то відразу потрібно на це звернути увагу і самого клієнта. Необхідно буде переформулювати мету, визначити її інакше.

Коучинг завжди спрямований у майбутнє. Працюючи з наявною ситуацією, він допомагає по-іншому поглянути на життя, усвідомити свої істинні думки, бажання, потреби, цінності, а не ті, що нав'язані суспільством, позбавитися від внутрішніх бар'єрів і навчитися знаходити власні (Сайко, 2017, с. 213).

У практиці коучингу використовують сім базових запитань, які дозволяють визначити хибну мету.

1. Яка ваша мета? Чого саме Ви бажаєте досягти?

2. Що Ви будете бачити, відчувати, думати, чути, коли це у Вас буде? Що Ви будете робити, коли це у Вас буде?

3. Як ви дізнаєтесь, що Ви цього досягли?

4. Що дасть Вам досягнення цієї мети? Що вона дозволить Вам досягнути?

5. Чи залежить досягнення Вашої мети від інших?

6. Коли, де і з ким Ви хотіли б цього досягнути?

7. В якому стані Ви перебуваєте зараз відносно мети? Якщо людина знаходиться на шкалі 1, а хоче досягнути 10, то це лише роздуми, мрія, але не більше.

Ще однією технікою для формулювання мети є «ДСР – ефективне цілепокладання». Вона дозволяє окреслити головну мету за такими питаннями:

1. Мета сформульована ствердно (без слів «не», «без», ...)?

2. Досягнення мети залежить тільки від Вас? Якщо ні, переформулюйте мету таким чином, щоб її досягнення залежало тільки від Вас.

3. Сформулюйте, що конкретно Ви будете бачити, чути і відчувати в результаті досягнення своєї мети?

4. Зробіть мету вимірною, конкретною і визначеною у часі, встановіть терміни виконання. Також визначте ситуації (де, коли, з ким), для яких отримання бажаного результату є найбільш ймовірним.

5. Як бажаний результат вплине на Вас? Перевірте, чи є негативні ефекти від досягнення мети. Що є позитивного в поточному стані? Як Ви можете зберегти ці вигоди, досягнувши мети?

6. Наскільки мета глобальна, чи можна її розбити на кілька складових? Якщо так, виділіть для початку один компонент і працюйте з ним.

7. Визначте ресурси (внутрішні та зовнішні), які Вам потрібні для досягнення мети. Як Вам отримати ці ресурси?

8. Які можливі перешкоди на шляху до досягнення цієї мети? Що Ви можете зробити для подолання цих перешкод? Що Вам заважає почати процес зараз?

9. Визначте перші кроки, із яких Ви почнете процес досягнення вашої мети. Конкретизуйте, коли Ви зробите кожен крок.

Даний інструмент доцільно використовувати відразу після того, як обрано тематику дослідження і сформульовано його мету та очікувані результати.

Відповіді на перелічені та схожі запитання дозволять здійснити перевірку на критерії якості та здійсненності обраної мети, і у разі виявлення будь-яких негативних моментів – розробити заходи зі стабілізації ситуації (Захарова, 2020, с. 24).

Кращому розумінню своєї мети та прийняття усвідомленого рішення також сприяє техніка «Декартові координати».

Для роботи необхідно намалювати графік, на горизонтальній осі якого шкала активності, а на вертикальній – кінцевий результат. Ліва частина графіка передбачає бездіяльність, права ж, навпаки, активність щодо обраної мети. Нижня частина графіка відображає втрати, верхня – придбання як кінцевий результат. Таким чином, утворюється 4 поля:

- 1) мої придбання від бездіяльності (що я отримую, якщо не зроблю це);
- 2) мої придбання у разі активності;
- 3) мої втрати при активності;
- 4) мої втрати при бездіяльності.

А тепер, якщо на одну руку покласти втрати та придбання від активності, а на іншу – при бездіяльності, то яка ж із них важча за вашим внутрішнім відчуттям та рішення на користь чого хочеться зробити зараз?

Висновки. Отже, найбільша проблема, з якою можна зіткнутися при формулюванні своєї мети – це хибне визначення своїх цілей. Хибне визначення своїх цілей, які не відповідають цінностям клієнта, призводить до того, що людина витрачає час та зусилля, йде до мети, яку не потрібно було й ставити. Тому важливо, щоби всі цілі, які пропрацьовуються, повністю відповідали індивідуальним життєвим цінностям та позиції клієнта. Правильно визначити цілі – це вже 50 відсотків по досягненню мети.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Интегральная коучинг школа. URL: <http://www.zhyvoedelo.com/treners/detail.php?ID=672>
2. Коучинг : технологія розкриття внутрішнього потенціалу дослідника : навчально-методичний посібник для здобувачів освітньо-наукового ступеня «доктор філософії» зі спеціальності 051 Економіка усіх форм навчання / упоряд. О. В. Захарова. М-во освіти і науки України; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2020. 65 с. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/handle/ChSTU/2274>
3. Лоца Т. В. Розвиток особистості клієнта соціальної роботи в контексті коучингового підходу. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки.* 2018. № 2(16). С. 109–113.
4. Нежинська О. О., Тименко В. М. Основи коучингу : навчальний посібник. Київ ; Харків : ТОВ «ДИСА ПЛЮС», 2017. 220 с.
5. Сайко Н. О. Технологія коучингу у роботі соціального педагога. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика.* 3(78). 2017. С. 207–214.
6. Суятінова К. Є. Коучинг у соціально-педагогічній діяльності. URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2018/7/part_2/31.pdf
7. ICF. Coachcampus. Coaching models. URL: <https://coachcampus.com/coach-portfolios/coaching-models/jean-biacsi-the-success/>
8. ICF Ukraine Chapter. URL: <https://icf-ukraine.org/kompetencyi-koucha-69>
9. International Coach Federation (ICF). URL: <http://www.coachfederation.org/>

REFERENCES:

1. Intehralnaia kouchinh shkola [Integral coaching school]. Retrieved from URL: <http://www.zhyvoedelo.com/treners/detail.php?ID=672> [In Russian].
2. Kouchynh: tekhnolohiia rozkryttia vnutrishnoho potentsialu doslidnyka : navchalno-metodychnyi posibnyk dlia zdobuvachiv osvithno-naukovoho stupenia «doktor filosofii» zi spetsialnosti 051 Ekonomika usikh form navchannia / uporiad. O. V. Zakharova. [Coaching: technology for revealing the researcher's inner potential] M-vo osvity i nauky Ukrainy; Cherkas. derzh. tekhnol. un-t. Cherkasy : ChDTU, 2020. 65 s. Retrieved from URL: <https://er.chdtu.edu.ua/handle/ChSTU/2274> [in Ukrainian].
3. Loza, T. V. (2018) Rozvytok osobystosti kliienta sotsialnoi roboty v konteksti kouchynhovoho pidkhodu. [Personality development of a social work client in the context of a coaching approach]. *Visnyk universytetu imeni Alfreda Nobelia. Seriiia «Pedahohika i psykholohiia». Pedahohichni nauky.* № 2(16). S. 109–113. [in Ukrainian].
4. Nezhynska, O. O. & Tymenko, V. M. (2017). *Osnovy kouchynhu* [Fundamentals of coaching]. Kyiv ; Kharkiv, DISA PLUS Publ., 220 p. [in Ukrainian].
5. Saiko, N. O. (2017) Tekhnolohiia kouchynhu u roboti sotsialnoho pedahoha. [Technology coaching in the work of social pedagogue]. *Dukhovnist osobystosti: metodolohiia, teoriia i praktyka.* 3(78). S. 207–214 [in Ukrainian].
6. Suiatynova, K. Ye. Kouchynh u sotsialno-pedahohichnii diialnosti [Coaching in social and pedagogical activity]. Retrieved from URL: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2018/7/part_2/31.pdf [in Ukrainian].
7. ICF. Coachcampus. Coaching models. Retrieved from URL: <https://coachcampus.com/coach-portfolios/coaching-models/jean-biacsi-the-success/>
8. ICF Ukraine Chapter. Retrieved from URL: <https://icf-ukraine.org/kompetencyi-koucha-69>
9. International Coach Federation (ICF) Retrieved from URL: <http://www.coachfederation.org/>