

# UJ Anikó – SZODORAI Andrea



## A 2014. ÉVI COACHING KUTATÁS EREDMÉNYEI

### *A kutatásról*

**A** hagyományokhoz híven 2014. év végén a Business Coach Kft. 15 együttműködő partnerével közösen ismét elindította az aktuális magyarországi coaching piac feltérképezését célzó kutatását. Az internetes kérdőíveken alapuló, teljes piacot átfogó felmérés eredményeit Komócsin Laura PCC, senior executive coach, a Business Coach Kft. ügyvezetője mutatta be a 2015. február 12-én megrendezett 7. Magyarországi Coaching Konferencián.

A coaching piac három különböző szegmensét (megbízó cégek, coaching ügyfelek és coach-ok) célzottan megszólító kérdőíveket 2014-ben összesen 280 válaszadó töltötte ki, fele-fele arányban a piac keresleti illetve kínálati oldaláról. A megrendelői oldalon minden gazdasági szektor képviseltette magát, továbbra is a szolgáltatási szektor, ezen belül is az IT-távközlés, valamint a pénzügyi szolgáltatások jelentik a legnagyobb keresletet. A vállalati méret és a tulajdonosi szerkezet is változatos volt, és bár a coaching megrendelők többsége továbbra is 250 fő feletti nagyvállalat európai, vagy magyar többségi tulajdonban, öröndetes hír, hogy egyre több a coachingot igénybe vevő kis- és középvállalkozás. A korábbi évekre jellemző nagyon erős Budapest-központúság is csökkenni látszik: 2014-ben mind a keresleti, mind a kínálati oldalon 30% fölé nőtt a főváros határain kívül coachingot igénybe vevő illetve nyújtó szereplők száma.

### *A korábbi piaci trendek folytatódnak, a piac bővül*

A legfrissebb eredmények nagy meglepetést nem hoztak: a korábban megkezdődött piaci trendek folytatódtak az elmúlt évben is. A coaching ismertsége tovább nő a vállalatokon belül, már nemcsak elsősorban a HR szakemberek ismerik, hanem a vezetők számára is általánosan ismert és használt a módszer. 2008-hoz képest megduplázódott a coaching folyamatban már részt vett válaszadók aránya. A módszerről alkotott vélemény

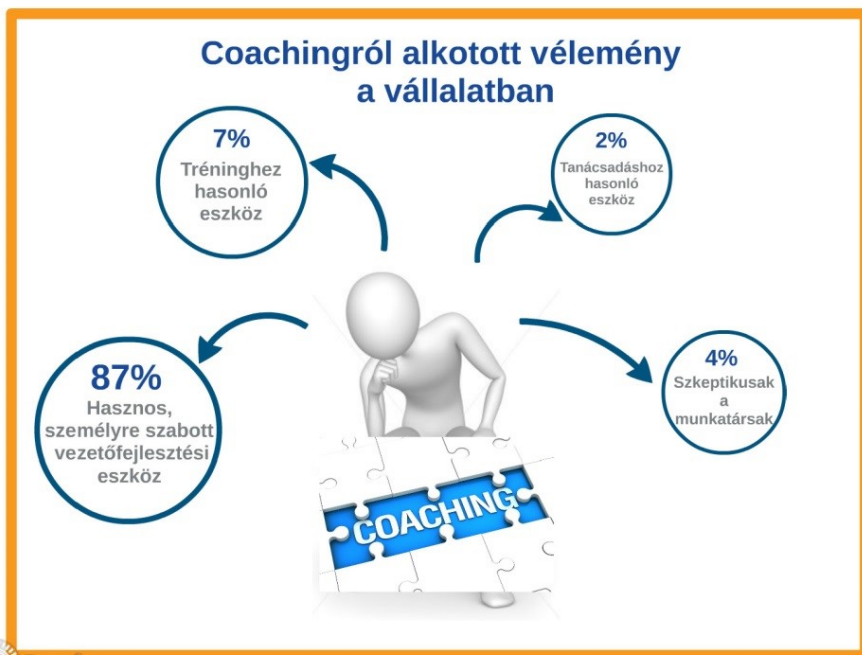


MAGYAR  
COACHSZEMLÉ

Szakmai kiválóság,  
professzionizáció  
2015/2.

Kutatás

túlnyomó többségében pozitív, a coachingot korábban személyesen kipróbálók egybehangzóan hatásosnak tartják; legtöbben úgy vélik, ez a személyre szabott fejlesztési eszköz hasznosabb, mint a vezetői készségfejlesztést célzó (csoportos) tréning.



A coaching piac további bővülését mutatja, hogy a megkérdezett cégek közel kétharmada nyilatkozott úgy, 2014-ben igénybe vett coaching szolgáltatást. A jó hír az, hogy a módszert még nem használók 60%-a tervezi a jövőben a bevezetést; csupán 8 % azok aránya, akik

pénzügyi okokra hivatkozva nem számolnak vele, és elenyésző kisebbség, aki a korábbi rossz tapasztalat vagy a munkatársak szkeptikus hozzáállása miatt nem lesz a jövőben megrendelő.



Az „első fecske”, a legkorábbi megrendelő 1998. óta, a vállalatok kétharmada 2010. óta vesz coaching szolgáltatást, közel felük immár rendszeresen, nemcsak eseti jelleggel. Egyre bővül azoknak a cégeknek a köre, ahol a coaching már beépült a HR által nyújtott szolgáltatások körébe és például a vállalat által nyújtott egyéni képzési keret terhére vá-

lasztható. A coaching folyamatok célja túlnyomó többségében az erősségek kiaknázása, a munkatársak illetve vezetők személyes fejlesztése. A válaszadó cégek kevesebb, mint ötöde alkalmazza a módszert teljesítményprobléma esetén, vagy motivációs eszközként az adott munkatárs megtartása céljából.



# Fókuszban a vezetők

A coaching továbbra is inkább a magas pozícióban lévő kevesek számára elérhető. A megrendelő cégek 80%-a összes alkalmazottjuk kevesebb mint 5%-ának, tipikusan a szervezet legfelső rétegeinek biztosított coach-ot, elsősorban külső coach személyében.



A felső- és középvezetők mellett a vállalati tehetség-programokban résztvevők, illetve maguk a cégtulajdonosok is szerepelnek az ügyfelek között; egy pénzügyi szolgáltató pedig a tavalyi évben összes alkalmazottjának biztosított coach-ot, szám szerint több mint 50-et!

A coaching igénybevételét azonos arányban (30-30%) maga a folyamatban részt vevő ügyfél vagy a HR szakterület kezdeményezi, ritkábban az ügyfél felette-

se vagy az első számú vezető. Az ügyfelek több mint felének a munkáltatója fizetett külső coach-ot, közel hatodának vállalati belső coach-a volt; a coachee-k ötöde pedig vállalati finanszírozás híján saját zsebből fizetett a szolgáltatásért.

## Coaching beszerzések és nagyfogyasztók

A cégek továbbra is többet költenek tréningre, mint coachingra, de a coaching beszerzések a korábbi évekhez képest egyértelműen diverzifikáltabbak lettek. A válaszadó cégek háromnegyede több coach-csal és párhuzamosan több coaching céggel tart kapcsolatot. A megrendelők több mint harmadánál 2014-ben 10 vagy akár 10-nél több coach is dolgozott.

A coaching piac valódi „nagyfogyasztói” a válaszadók közel ötödét képviselik: ők azok, akik saját belső coach-ok mellett több külső coach-csal is dolgoznak, a coaching igénybe vételére vonatkozóan pedig rendelkeznek belső szabályozással is. Nem meglepő módon mind európai tulajdonú nagyvállalat a szolgáltatási illetve pénzügyi szektorból, budapesti székhellyel működnek és tavaly 3-nál több coaching céggel álltak kapcsolatban. Náluk egy coaching folyamat általában 5-6 alkalomból áll, ezt tipikusan maga a folyamatban résztvevő ügyfél kezdeményezi.



MAGYAR  
COACHSZEMLÉ

Szakmai kiválóság,  
professzionális  
2015/2.

KUTATÁS



## Belső coachok a szervezetekben

Öröndetes, hogy egyre nő a belső coach-ot alkalmazó szervezetek száma és aránya. 2014-ben a válaszadó cégek fele dolgozott belső coach-okkal, nemcsak nagyvállalatok, hanem kis- és középvállalkozások is. A belső coach-ok leggyakrabban tapasztalt vezetők, nem kifejezetten coach-ként működő munkatársak, de szinte kivétel nélkül mindenki részt vesz illetve részt vett speciális coach képzésben. A belső coach-ok jellemzően más külső coach-okkal párhuzamosan dolgoznak, az igényeknek megfelelően.



Bár 3 válaszadó cégnél tavaly kizárólag belső coach-ok dolgoztak, azért messze nem ez a jellemző: a cégek fele kizárólag külső coach-okat használ. A megkérdezett vállalati belső coach-ok túlnyomó

többsége 1-2 éve dolgozik coach-ként, egy harmaduk külső, saját szervezetén kívülről származó coaching jövedelemmel is rendelkezik.



## Leggyakoribb coaching témák

A korábbi évekhez hasonlóan tavaly is a vezetői képességek személyre szabott fejlesztése volt a cégek által megrendelt coaching folyamatok leggyakoribb témája. Ezt követte az új kinevezésekhez, új feladatvállaláshoz nyújtott támogatás. Harmadik helyen az időgazdálkodással, munka-magánélet-egyensúllyal, burnouttal kapcsolatos kérdések állnak.



Ez utóbbi témakör sajnálatos módon nagyot lépett előre a gyakorisági listán 2008-hoz képest: akkor a megrendelők sokkal inkább stressz- illetve konfliktuskezeléshez, arculatépítéshez kértek coaching támogatást, a kiegészé-prevenációs szolgáltatásból akkor még túlkínálat jellemezte a piacot. 2014-ben a kereslet és a kínálat a témákat illetően is megtalálta az egyensúlyát: a megrendelői „toplistához” hasonlóan a válaszadó business, illetve executive, de még a life coach-ok között is mindig az első 3 között szerepelt az időgazdálkodással, túlvállalással kapcsolatos témakör. Ez is indokolta az idei coaching konferencia témaválasztását is, mely a burnoutot, valamint az azt követő újrakezdést helyezte a fókuszba.

Az egyéb business coaching témák között szerepelt tavaly a vállalati stratégia kidolgozásának támogatása, a változásmenedzsment, vagy éppen "jól teljesítő, de "kellemetlen" stílusú vezető fejlesztése".

Life coaching területen párkapcsolati nehézségekkel foglalkozott a válaszadó coach-ok kétharmada, több mint felüknél a stressz- illetve konfliktuskezelés szerepelt még a lista élén a korábban említett időgazdálkodási-burnout kérdések mellett. Tavaly jelentősen kevesebb ügyfél kérte life coach segítségét súlyproblémákkal, gyerekneveléssel, káros szenvedélyekkel, mint a magánéletet befolyásoló munkahelyi problémákkal kapcsolatban.



## Az ideális coach: szimpatikus

Jó hír a már gyakorló coach-ok, vagy ezt a pályát választók számára: az ügyfelek szerint bárkiből lehet ideális coach. A válaszadók többsége számára mindegy, a coach

milyen idős (61%); mindegy, milyen felsőfokú végzettségű (88%) és mindegy, hogy egyszerre hány ügyfele van párhuzamosan (86%) – egészen addig, amíg az ügyfél úgy érzi, ő maga megkapja az igényelt figyelmet, támogatást. Az ügyfelek egybehangzóan egy dolgot tartanak legfontosabbnak a coach kiválasztásánál: az ügyfélnek szimpatikus legyen! A leendő coach kiválasztásakor

### A személyes szimpátia az első számú szűrő

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Személyes szimpátia (9,25/10)

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Referenciák

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Ajánlás

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Coach képzettség

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Üzleti tapasztalat

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Coachingot megelőző szakmai tapasztalat

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Vezetői tapasztalat

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Nemzetközi akkreditáció

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Végzettség fajtája

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Elhivatottság

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Kor

☑☑☑☑☑☑☑☑☑☑ Egyéb

A megbízó és a coachee preferenciái nagyban azonosak



10-es skálán a személyes szimpátia messze legmagasabb, 9,25 pontot kapott, ezt követte a coachingot megelőző szakmai tapasztalat.

A megbízó cégek számára fontosabbak a korábbi ügyfelektől érkező ajánlások, illetve referenciák, míg a keresleti oldal mindkét résztvevői körének egyformán fontos a coach képzettség megléte, valamint a coach saját korábbi üzleti tapasztalata. A belső coach-ok kiválasztásánál a saját vezetői tapasztalat szerepel a ranglista élén.

## Az átlagos magyar coach: egyre érettebb, egyre képzettebb

A kutatási adatok alapján a magyarországi coach-kínálat alapvetően jól illeszkedik a kereslethez, illetve visszaigazolja a keresleti oldalon látható piaci trendeket: amíg korábban a coach-ok is nagyon erős Budapest-koncentrációt mutattak, 2014-ben közel harmaduk már vidéken (is) dolgozott.



A felsőfokú végzettségű coach-ok aránya közel 100%, minden harmadik coach két különböző területen is szerzett diplomát. A végzettség szakterületi megoszlása nem változott érdemben 2008-hoz, illetve 2010-hez képest: a coach-ok közel fele gazdasági, 40%-a pedagógiai háttérrel rendelkezik. Coach végzettségük megszerzésére illetve saját maguk szakmai továbbfej-

lesztésére eddig átlagosan közel másfél millió forintot költöttek. Minden második coach tervezi a jövőben nemzetközi akkreditáció megszerzését, közel háromnegyedük pedig szupervízióval, vagy saját maga által igénybe vett coaching folyamattal biztosítja folyamatos szakmai fejlődését.

Az elmúlt 6 évben enyhén emelkedett a coach-ok átlagos életkora, ami 2014-ben meghaladta a 44 évet. Ez jól mutatja, hogy a legtöbb gyakorló coach-nak nemcsak saját munkatapasztalata, hanem gyakran több éves vezetői tapasztalata is van. Többségük



MAGYAR  
COACHSZEMLÉ

Szakmai kiválóság,  
professzionizáció  
2015/2.

Kutatás

még mindig nő, de tavaly már 30% fölé emelkedett a férfiak aránya (szemben a 10% alatti aránnyal 2008-ban).

A magyar coach-ok túlnyomó többsége személyesen találkozik az ügyfeleivel, csak elvétve veszik igénybe a telefonos vagy a technika nyújtotta megoldásokat (Skype, videokonferencia, stb.). A személyes találkozás aránya nem változott 2008-hoz, illetve 2010-hez képest, bár a technika azóta nagyot fejlődött.

A gyakorló coach-oknak egyszerre átlagosan 5 vagy kevesebb ügyfelük van párhuzamosan, és még mindig nem a coaching jelenti számukra a fő bevételi forrást: csupán 10% volt azoknak a válaszadóknak az aránya, akik éves bevételük több mint felét coachingból szerezték. A leggyakrabban továbbra is a tréning illetve a tanácsadás szerepel a coaching mellett szolgáltatásaik palettáján, ezzel biztosítva az ügyfeleknek a fejlesztési eszközök széles tárházát.



## *Coaching piaci árak*

A nemzetközi gyakorlathoz hasonlóan a hazai coaching piac is megfizeti a magasan képzett, saját vezetői tapasztalattal is rendelkező coach-okat, akik többségében más fejlesztési szolgáltatásokat (tréninget, tanácsadást) is nyújtanak a coaching mellett.

Továbbra is az executive coaching szolgáltatás a legdrágább: az óradíjak átlaga meghaladta a 40 ezer forintot, egyes megrendelők akár 100 ezer forint feletti óradíjat is fizetnek a kiemelt, prémium szolgáltatásért. Business coaching területen a válaszadók által megadott legmagasabb óradíj elérte a 80 ezer forintot, 2014-ben az átlagos óradíj 24.255 Ft volt.

Life coaching területen az átlagos óradíj átlépte a korábbi bűvös tízezer forintos határt, tavaly 11.666 Ft volt. A válaszadó coach-ok háromnegyede vesz ill. vett igénybe szupervíziót saját munkájának támogatásához, 2014-ben a szupervízió átlagos óradíja nagy szórás mellett 25.710 Ft volt.



## *Kedvező kilátások*

A nemzetközi kutatások Kelet-Közép-Európában további piacbővülést jósolnak, amit a hazai felmérés eredménye is alátámaszt: azon cégek többsége, melyek még nem próbálták a coachingot, a jövőben tervezik bevezetését. A coach szakmai szervezetek és képző intézmények is optimistán nézhetnek a következő évek elébe, hiszen a coach-ok kétharmada tervezi saját továbbképzését nemzetközi akkreditáció megszerzésével, vagy módszer-specifikus képzések, master class-ok és szakmai rendezvények keretében. A vállalati megrendelők tehát továbbra is bízhatnak benne: a coach-ok szakmailag felkészülten, többféle fejlesztési módszert kínálva fogják támogatni a vezetők és munkatársak személyes fejlődését.

