

به نام خدا

اصول مریگری حرفه ای

مولفان :

سیده اعظم قوامی نژاد

الناز شیدائی بوانلو

مهديه میری

صفری پور اسمعیل نامقی

مریم پورشمشیرگر

انتشارات ارسطو

(سازمان چاپ و نشر ایران - ۱۴۰۲)

نسخه الکترونیکی این اثر در سایت سازمان چاپ و نشر ایران و اپلیکیشن کتاب رسان موجود می باشد

chaponashr.ir

عنوان و نام پدیدآور: اصول مربیگری حرفه‌ای / مولفان سیده اعظم قوامی نژاد... [و دیگران].
مشخصات نشر: ارسطو (سامانه اطلاع رسانی چاپ و نشر ایران)، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۳۳۹-۲۹۹-۳
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: مولفان سیده اعظم قوامی نژاد، الناز شیدائی بوانلو، مهدیه میری، صفری پوراسمعیل
نامقی، مریم پورشمشیرگر.
یادداشت: کتابنامه: ص. [۱۰۷] - ۱۲۸.
موضوع: مربیگری زندگی
Personal coaching
شناسه افزوده: قوامی نژاد، سیده اعظم، ۱۳۷۲-
رده بندی کنگره: BF۶۳۷
رده بندی دیویی: ۱۵۸/۳
شماره کتابشناسی ملی: ۹۳۷۸۲۱۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا

نام کتاب: اصول مربیگری حرفه ای
مولفان: سیده اعظم قوامی نژاد - الناز شیدائی بوانلو - مهدیه میری
صفری پوراسمعیل نامقی - مریم پورشمشیرگر
ناشر: ارسطو (سامانه اطلاع رسانی چاپ و نشر ایران)
صفحه آرای، تنظیم و طرح جلد: پروانه مهاجر
تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۲
چاپ: زبرجد
قیمت: ۱۰۵۰۰۰ تومان
فروش نسخه الکترونیکی - کتاب رسان:
<https://chaponashr.ir/ketabresan>

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۳۳۹-۲۹۹-۳
تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۲۰۲۳۹۲۵۵
www.chaponashr.ir



صفحه	عنوان
۷	مقدمه.....
۹	فصل اول.....
۹	مبانی کوچینگ.....
۹	جوهره کوچینگ.....
۱۲	درک رابطه مربی و مشتری
۱۵	چارچوب های اخلاقی در کوچینگ.....
۱۸	روانشناسی تغییر رفتار
۲۱	تنظیم مرحله برای مربیگری موثر
۲۴	مهارت های ارتباطی برای مربیان
۲۹	فصل دوم.....
۲۹	هدف گذاری و چشم انداز.....
۲۹	ایجاد اهداف مربیگری معنادار.....
۳۲	تصور موفقیت: ایجاد چشم اندازهای متقاعد کننده
۳۵	اهداف هوشمند و فراتر از آن
۳۹	همسو کردن اهداف با ارزش ها
۴۲	عبور از موانع دستیابی به هدف
۴۵	پیگیری پیشرفت و جشن گرفتن بردها.....

۴۹	فصل سوم.....
۴۹	گوش دادن فعال و حضور همدلانه.....
۴۹	قدرت گوش دادن فعال.....
۵۲	توسعه رزونانس همدلی.....
۵۵	گوش دادن بدون قضاوت در کوچینگ.....
۵۸	کشف زیر متن: فراتر از کلمات گفتاری.....
۶۱	تکنیک های گوش دادن انعکاسی.....
۶۴	همدلی به عنوان یک کاتالیزور برای تغییر.....
۶۷	فصل چهارم.....
۶۷	تکنیک های پرسشگری برای بینش.....
۶۷	هنر پرسش های قدرتمند.....
۷۰	سؤالات باز در مقابل سؤالات بسته.....
۷۳	کاوش عمیق تر: پرسش برای وضوح.....
۷۶	پرس و جو متمرکز بر راه حل.....
۷۹	استفاده از پرسش های مقیاس بندی.....
۸۲	پتانسیل تحول آفرین کنجکاوی.....
۸۷	فصل پنجم.....
۸۷	استراتژی برای اقدام موثر.....
۸۷	طراحی برنامه های اقدام با تاثیر.....
۹۰	غلبه بر اهمال کاری و مقاومت.....
۹۳	ایجاد عادات و روال.....

استفاده از نقاط قوت و منابع ۹۷

مسئولیت پذیری و تعهد ۱۰۰

سازگاری و انعطاف پذیری در عمل ۱۰۲

منابع ۱۰۷

مقدمه

در دنیایی که رشد شخصی و حرفه ای در درجه اول اهمیت قرار دارد، نقش یک مربی به عنوان یک دارایی ارزشمند در سفر به سوی خودسازی و موفقیت ظاهر شده است. هنر و علم کوچینگ به یک رشته پویا و تأثیرگذار تبدیل شده است که پتانسیل ایجاد تغییرات دگرگون کننده در افراد، تیم ها و سازمان ها را دارد. این کتاب، "اصول مربیگری حرفه ای"، به اصول اصلی که زیربنای مربیگری موثر است، می پردازد و راهنمای جامعی را برای مربیان مشتاق و با تجربه ارائه می دهد تا در چشم انداز پیچیده توسعه انسانی حرکت کنند.

کوچینگ در اصل یک مشارکت برای رشد است. فصل ۱ به عناصر اساسی که مربیگری را به عنوان یک رشته تشکیل می دهند، می پردازد. این کتاب اصول اساسی را بررسی می کند که رابطه مربی-مشرتی را هدایت می کند، از جمله اهمیت اعتماد، احترام، و رفتار اخلاقی. همانطور که در این بخش سفر می کنیم، زیربنای روانشناختی تغییر رفتار و نقش محوری که مربیان در تسهیل تحول مثبت ایفا می کنند را کشف خواهیم کرد.

هدایت افراد به سمت آرمان هایشان نیازمند یک رویکرد استراتژیک است. فصل ۲ به هنر تعیین هدف و چشم انداز می پردازد، تکنیک هایی را آشکار می کند تا به مشتریان کمک کند روپاها و آرزوهای خود را بیان کنند. از پیچیدگی های ایجاد اهداف SMART گرفته تا تأثیر عمیق تجسم موفقیت، این بخش مربیان را با ابزارهایی مجهز می کند تا به مشتریان در پیمایش مسیرهای منحصر به فردشان به سمت موفقیت کمک کنند.

قلب مربیگری موثر در قدرت گوش دادن فعال و حضور همدلانه نهفته است. فصل ۳ هنر شنیدن واقعی فراتر از کلمات را بررسی می کند و به تکنیک هایی می پردازد که به مربیان کمک می کند تا ارتباط برقرار کنند و عمیقاً با مشتریان خود ارتباط برقرار کنند. با

توسعه رزونانس همدلانه و تقویت مهارت های گوش دادن بدون قضاوت، مربیان می توانند محیطی ایجاد کنند که باز بودن و کشف خود را پرورش دهد.

سوالات پتانسیل باز کردن بینش های عمیق را دارند. فصل ۴ به استفاده ماهرانه از سوالات به عنوان وسیله ای برای تحریک درون نگری و مکاشفه می پردازد. از پرسش های باز که کاوش را تشویق می کنند تا پرسش های کاوشگری که روایت های پنهان را آشکار می کنند، این بخش ابزاری برای راهنمایی مشتریان به سمت خودآگاهی و وضوح در اختیار مربیان قرار می دهد.

تبدیل آرزوها به واقعیت مستلزم اقدام استراتژیک است. فصل ۵ به بررسی استراتژی هایی می پردازد که مربیان می توانند برای هدایت مشتریان از طریق فرآیند برنامه ریزی اقدام موثر به کار گیرند. با پرداختن به چالش هایی مانند اهمال کاری و مقاومت، مربیان می توانند مشتریان را برای ایجاد تغییر پایدار از طریق عادات هدفمند، استفاده از منابع و تعهد به اهدافشان توانمند کنند.

با شروع این کاوش در «اصول مربیگری حرفه ای»، از شما دعوت می کنیم تا در پیچیدگی های این رشته پویا تحقیق کنید. چه در زمینه مربیگری تازه کار باشید و چه یک متخصص باتجربه، اصول بیان شده در این کتاب چارچوبی جامع برای حرکت در چشم انداز چندوجهی مربیگری، پرورش رشد، بینش و تحول هم برای مربیان و هم برای مشتریانانشان فراهم می کند.

فصل اول

مبانی کوچینگ

جوهره کوچینگ

کوچینگ به عنوان یک تمرین پویا و چندوجهی، در حوزه های مختلف حرفه ای شهرت و اهمیت قابل توجهی پیدا کرده است. این بخش به ماهیت کوچینگ می پردازد، اصول اساسی، فرآیندها، و تأثیر تغییردهنده آن برای افراد و سازمان ها را بررسی می کند. با بررسی مولفه های اصلی کوچینگ، این بخش قصد دارد عناصر کلیدی را که زیربنای روابط مؤثر مربیگری و پتانسیل آنها برای تسهیل رشد، توسعه و تغییرات مثبت است، روشن کند.

در هسته خود، کوچینگ را می توان به عنوان یک فرآیند مشارکتی و مشتری محور با هدف باز کردن پتانسیل یک فرد و تقویت رشد شخصی و حرفه ای آنها درک کرد (گرانر و اوکانر^۱، ۲۰۲۰، ص. ۱۶). مربیگری که ریشه در اصول روانشناسی مثبت گرا دارد، بر نقاط قوت، احتمالات و حرکت رو به جلو تأکید دارد (سلیگمن و سیکسزنت میهالی^۲، ۲۰۰۰، ص ۵). با راهنمایی مشتریان برای تعیین اهداف، غلبه بر چالش ها و استفاده از قدرت ذاتی آنها، مربیگری از رویکردهای سنتی راهنمایی یا مشاوره فراتر می رود و بر توانمندسازی مشتریان برای تبدیل شدن به عوامل موفقیت خود تمرکز می کند.

1-Grant & O'Connor

2-Seligman & Csikszentmihalyi

ماهیت کوچینگ در اصول اساسی آن نهفته است، از جمله گوش دادن فعال، پرسش و بازخورد. مربیان از گوش دادن فعال برای ایجاد یک فضای امن و حمایتی استفاده می کنند که در آن مراجعان بتوانند افکار، احساسات و آرزوهای خود را کشف کنند (استلتر^۱، ۲۰۱۴، ص ۱۲۶). از طریق پرسشگری تأملی، مربیان به مشتریان کمک می کنند تا بینش‌ها را کشف کنند، مفروضات را به چالش بکشند و برنامه‌های عملی را تدوین کنند (ویتمور^۲، ۲۰۰۹، ص ۸۹). بازخورد سازنده یکی دیگر از اجزای جدایی ناپذیر است که بینش‌ها و دیدگاه‌های ارزشمندی را به مشتریان ارائه می دهد که خودآگاهی و رشد را تسهیل می کند (گران^۳، ۲۰۰۳، ص ۱۴۴). این اصول در مجموع پایه‌ای را برای تعاملات کوچینگ ایجاد می کنند که مشارکتی، غیر رهنمودی و متمرکز بر نیازها و آرزوهای منحصر به فرد مشتری است.

کوچینگ در چارچوبی ساختاریافته عمل می کند که مراحل مختلفی را در بر می گیرد، از ایجاد رابطه تا تسهیل تغییر. به عنوان مثال، مدل GROW، یک چارچوب مربیگری شناخته شده است که مکالمات را در چهار مرحله کلیدی هدایت می کند: تعیین هدف، کاوش واقعیت، تولید گزینه‌ها و اراده برای عمل. این رویکرد سیستماتیک تضمین می کند که تعاملات کوچینگ هدفمند، پیش رونده و نتیجه‌گرا بوده و با نتایج مورد نظر مشتریان و مسیرهای رشد همسو هستند (گران^۳ و استوبر، ۲۰۰۶، ص ۴).

پتانسیل تحول آفرین کوچینگ به زمینه‌های متعددی از جمله توسعه رهبری، انتقال شغلی و رشد شخصی گسترش می یابد. به عنوان مثال، در حوزه مربیگری رهبری، مدیران اجرایی و مدیران برای ارتقای مهارت‌های رهبری، هوش هیجانی و تصمیم‌گیری خود به مربیگری می پردازند (گران^۳، ۲۰۱۳، ص ۱۲۱). کوچینگ در این زمینه فضای بازتابی را برای رهبران فراهم می کند تا چالش‌ها را بررسی کنند، استراتژی‌ها را

1-Stelter

2-Whitmore

3-grant

آزمایش کنند و رویکردهای رهبری خود را در راستای اهداف سازمانی اصلاح کنند. در انتقال شغلی، مربیگری، ارزیابی خود، کشف فرصت‌ها و تدوین برنامه‌های اقدام مؤثر را تسهیل می‌کند (گیبسون و میچل^۱، ۲۰۰۸، ص ۱۱۸). علاوه بر این، افراد به دنبال مربیگری برای هدایت انتقال‌های شخصی، افزایش رفاه، و پرورش انعطاف‌پذیری در مواجهه با چالش‌های زندگی هستند (اسپنس و گرانت، ۲۰۰۷، ص ۴۰۸). ماهیت همه کاره کوچینگ بر پتانسیل آن برای تسریع رشد و تغییر در حوزه‌های مختلف تأکید می‌کند.

کارایی مربیگری با همسویی آن با نظریه‌ها و اصول یادگیری بزرگسالان مشخص می‌شود. آندراگوژی، نظریه یادگیری بزرگسالان، بر اهمیت استقلال، ارتباط و کاربرد عملی یادگیرنده تأکید دارد (ناولز^۲، ۱۹۸۰، ص ۴۱). کوچینگ این اصول را با توانمند ساختن مشتریان برای به دست گرفتن مالکیت یادگیری خود، تمرکز بر نیازهای خاص آنها، و بکارگیری بینش در زمینه‌های زندگی واقعی آنها تجسم می‌کند (کیلبرگ^۳، ۱۹۹۶، ص ۱۴). ماهیت یک به یک کوچینگ تجارب یادگیری متناسب را تقویت می‌کند و به مشتریان اجازه می‌دهد تا دیدگاه‌های جدید را در زندگی روزمره خود کاوش کنند، آزمایش کنند و ادغام کنند (گرانت، ۲۰۱۲، ص ۲۰۸).

علاوه بر این، کوچینگ ریشه محکمی در حوزه روانشناسی مثبت دارد و بر نقاط قوت، رفاه و شکوفایی تأکید دارد. روانشناسی مثبت‌گرا بیان می‌کند که افراد زمانی شکوفا می‌شوند که از نقاط قوت خود استفاده کنند، در فعالیت‌های معنادار شرکت کنند و احساسات مثبت را تجربه کنند (سلیگمن، ۲۰۱۱، ص ۱۲۵). شیوه‌های کوچینگ که بر رویکردهای مبتنی بر نقاط قوت، تمرین‌های قدردانی و تعیین هدف تأکید دارند، با اصول روان‌شناسی مثبت همسو می‌شوند و بهزیستی کلی و رضایت از زندگی مشتریان را

1-Gibson and Mitchell

2- Knowles

3-Kilburg

تقویت می‌کنند (بیسواس-دینر^۱، ۲۰۰۸، ص ۷۳). کوچینگ با ترویج احساسات مثبت و تقویت منابع روانشناختی به رشد کل نگر و عملکرد مطلوب مشتریان کمک می‌کند.

جوهر کوچینگ در رویکرد مشتری محور، مشارکتی و مبتنی بر نقاط قوت برای تسهیل رشد و تحول نهفته است. کوچینگ با اصول اساسی گوش دادن فعال، پرسش و بازخورد، فضای بازتابی را ارائه می‌کند که در آن افراد می‌توانند آرزوهای خود را کشف کنند، بر چالش‌ها غلبه کنند و اهداف معناداری تعیین کنند. از طریق چارچوب‌های ساختاری مانند مدل GROW، کوچینگ مشتریان را از طریق مکالمات هدفمند راهنمایی می‌کند که آنها را برای دستیابی به نتایج دلخواهشان توانمند می‌کند. تأثیر آن دامنه‌های مختلفی را شامل می‌شود، از توسعه رهبری گرفته تا رشد شخصی، و با نظریه‌های یادگیری بزرگسالان و اصول روان‌شناسی مثبت همسو می‌شود. در اصل، کوچینگ متضمن تعهدی عمیق برای باز کردن پتانسیل انسانی و کاتالیزور تغییرات مثبت است.

درک رابطه مربی و مشتری

رابطه مربی و مشتری در قلب فرآیند کوچینگ قرار دارد و به عنوان پایه ای عمل می‌کند که اثربخشی کوچینگ بر آن بنا می‌شود. این بخش به بررسی ابعاد چندوجهی رابطه مربی-مشتری می‌پردازد، و پویایی‌هایی را بررسی می‌کند که زمینه ساز تعاملات کوچینگ موفق است. از طریق درک جامع این رابطه، کوچ‌ها می‌توانند پیچیدگی‌های ایجاد رابطه، ایجاد اعتماد، و تقویت ارتباطات باز را بررسی کنند، در نتیجه تجربیات کوچینگ معنادار و متحول‌کننده را برای مشتریان خود تسهیل کنند.

هسته اصلی رابطه مربی-مشتری برقراری ارتباط است، عنصری اساسی که لحن سفر مربیگری را تعیین می‌کند (گران، ۲۰۱۹، ص ۴۰۳). راپورت شامل احساس درک متقابل، احترام و ارتباط بین مربی و مشتری است (دنتون^۲ و همکاران، ۲۰۱۹، ص

1-Biswas-Diner

2-Denton

۳۶۴). مربیان اغلب فرآیند ایجاد ارتباط را از طریق گوش دادن فعال، همدلی و نشان دادن علاقه واقعی به تجربیات و آرزوهای مشتری آغاز می کنند (داونپورت^۱ و همکاران، ۲۰۲۰، ص ۱۵۰). این مرحله اولیه، بستری را برای یک مشارکت مشارکتی تشکیل می دهد که در آن مشتریان احساس ارزشمندی و شنیدن می کنند و محیطی مساعد برای خودکاو و رشد ایجاد می کند.

اعتماد، جزء اساسی هر رابطه مربیگری مؤثر، به عنوان سنگ بنای تسهیل ارتباطات باز و آسیب پذیری ظاهر می شود (گری^۲، ۲۰۲۱، ص ۷۲). مشتریان باید در به اشتراک گذاشتن افکار، احساسات و چالش های خود بدون ترس از قضاوت یا افشای آن احساس امنیت کنند (گاروی برگر و مک لئود^۳، ۲۰۲۰، ص ۹۸). مربیان نقش اساسی در ایجاد اعتماد از طریق رفتار اخلاقی، رازداری و تعهد به رفاه مشتری دارند (بلوکرت^۴، ۲۰۱۰، ص ۲۰). ایجاد اعتماد فضایی را پرورش می دهد که در آن مشتریان بیشتر درگیر بازتاب عمیق خود هستند و بینش ها و پیشرفت های متحول کننده را ممکن می سازد.

شایستگی فرهنگی به عنوان یک ملاحظات مهم در رابطه مربی-مشتری ظاهر می شود، به ویژه در یک زمینه متنوع و جهانی شده. مربیان باید نسبت به تفاوت های فرهنگی که ممکن است بر سبک های ارتباطی، ارزش ها و انتظارات تأثیر بگذارد، آگاهی و حساسیت داشته باشند (بلانچارد، ۲۰۲۲، ص ۲۰۵). به رسمیت شناختن و احترام به این تفاوت ها باعث افزایش شمولیت می شود و تضمین می کند که تعاملات مربیگری با پس زمینه فرهنگی مشتری هماهنگ است (راجا و علی، ۲۰۱۹، ص ۴۹). این رویکرد به ویژه در ایران، کشوری با ملیله فرهنگی غنی، که در آن درک تفاوت های ظریف فرهنگی در ایجاد ارتباط و تسهیل نتایج مؤثر مربیگری بسیار مهم است، مرتبط است (فرهادی، ۲۰۱۶، ص ۴).

1-Davenport

2- Gary

3-Garvey Berger and McLeod

4-Bluckert

ارتباط موثر به عنوان یک پایه در رابطه مربی و مشتری عمل می کند و تبادل بینش، بازتاب و بازخورد را ممکن می سازد. مربیان از مجموعه متنوعی از مهارت های ارتباطی، از جمله گوش دادن فعال، پرسشگری قدرتمند، و گفتگوی تأملی استفاده می کنند (بونو^۱ و همکاران، ۲۰۱۸، ص ۱۵۳). مربیان با تشویق مشتریان به بیان افکار و احساسات خود فرصت هایی برای خودآگاهی و وضوح ایجاد می کنند (سوبل و پانزرا^۲، ۲۰۲۰، ص. ۲۶۱). علاوه بر این، ارتباطات فراتر از تعاملات کلامی است. نشانه های غیرکلامی مانند زبان بدن و حالات چهره نیز به درک احساسات و دیدگاه های مراجع کمک می کند (ناوارو، ۲۰۰۸، ص ۵۵).

رابطه مربی و مشتری در طول زمان تکامل می یابد و با مراحل کاوش، تعیین هدف، برنامه ریزی اقدام و تأمل مشخص می شود. مربیان در کمک به مراجعان برای شناسایی و بیان اهداف و آرزوهای خود نقش هدایت کننده ای دارند (پلتیر^۳، ۲۰۱۰، ص. ۱۳۲). از طریق گفتگوی مشارکتی، مربیان همسویی اهداف را تسهیل می کنند و اطمینان حاصل می کنند که اهداف مربیگری با ارزش ها و انگیزه های مشتری همخوانی دارد (گران، ۲۰۱۵، ص ۳۰). ماهیت تکرار شونده این فرآیند ماهیت پویا و مشتری محور رابطه مربی و مشتری را تقویت می کند.

نکته مهم این است که رابطه مربی و مشتری خالی از چالش نیست. مربیان ممکن است با مقاومت، انتظارات متناقض یا لحظات رکود مواجه شوند (کامپا-کوکش و اندرسون^۴، ۲۰۰۱، ص ۲۱۲). مربیان ماهر این چالش ها را از طریق پرس و جوی همدلانه، کاوش فعال نگرانی های اساسی، و پرورش ذهنیت رشد محور حل می کنند (دیویدسون و همکاران، ۲۰۲۲، ص ۱۷). پذیرش این چالش ها در رابطه مربیگری می تواند به بینش ها

1- bono

2-obel & Panzera

3-Peltier

4-Campa-Kokesh and Anderson

و پیشرفت‌های عمیق‌تر منجر شود و در نهایت پتانسیل تحول‌آفرین کوچینگ را افزایش دهد.

رابطه مربی-مشتری به عنوان یک محور در فرآیند کوچینگ است که مسیر توسعه و رشد مشتری را شکل می‌دهد. مربیان از طریق پرورش ارتباط، اعتماد، ارتباطات مؤثر، شایستگی فرهنگی و رویکرد مشتری محور، زمینه را برای تعاملات مربیگری تأثیرگذار فراهم می‌کنند. همانطور که کوچینگ به عنوان یک ابزار توسعه قدرتمند در ایران و فراتر از آن مطرح می‌شود، پرورش یک رابطه قوی و پویا مربی و مشتری به طور فزاینده‌ای ضروری می‌شود. مربیانی که پیچیدگی‌های این رابطه را بررسی می‌کنند به کشف خود، رشد و تحقق پتانسیل کامل مشتریان کمک می‌کنند.

چارچوب‌های اخلاقی در کوچینگ

ملاحظات اخلاقی بخش جدایی ناپذیری از پایه‌های کوچینگ را تشکیل می‌دهد و شیوه‌ها و تعاملات مربیان را با مشتریان خود هدایت می‌کند. این بخش به بررسی ابعاد چندوجهی چارچوب‌های اخلاقی در مربیگری می‌پردازد و اصول، ارزش‌ها و استانداردهایی را که زیربنای رابطه مربی-مشتری است، بررسی می‌کند. از طریق درک جامع دستورالعمل‌های اخلاقی، مربیان می‌توانند معضلات اخلاقی پیچیده را پشت سر بگذارند و از یکپارچگی و اثربخشی تعاملات مربیگری خود اطمینان حاصل کنند.

چارچوب‌های اخلاقی در مربیگری ریشه در اصول اساسی دارد که رفتار حرفه‌ای و تصمیم‌گیری را هدایت می‌کند. یکی از اصول اساسی، خیرخواهی است که بر تعهد مربی به ارتقای رفاه و رشد مشتری تأکید می‌کند. مربیان باید منافع مشتری را در اولویت قرار دهند و از هرگونه اقدامی که ممکن است به آنها آسیب برساند یا از آنها سوء استفاده کند اجتناب کنند. این اصل عمیقاً با تأکید فرهنگی ایران بر شفقت و رفاه دیگران طنین انداز می‌شود (حسنخانی و همکاران، ۲۰۱۹، ص ۱۰۹۳). مربیان در ایران

و فراتر از آن، با استقبال از خیرخواهی، اطمینان حاصل می کنند که مداخلات مربیگری آنها به پیشرفت شخصی و حرفه ای مشتری کمک می کند.

علاوه بر این، اصل خودمختاری در شیوه های مربیگری اخلاقی بسیار مهم است. خودمختاری حق مشتری برای تصمیم گیری و انتخاب آگاهانه در مورد سفر مربیگری خود را تایید می کند (ICF، 2020، ص ۵). مربیان به ارزشها، اهداف و ترجیحات مشتری احترام می گذارند و از تحمیل باورها یا برنامه های خود خودداری می کنند. در ایران، جایی که جمع گرایی با فردگرایی همزیستی دارد، این اصل با ارزش احترام به عاملیت شخصی و در عین حال شناخت بافت وسیع تر اجتماعی همسو می شود (فرهادی، ۱۳۹۵، ص ۴). مربیان اخلاقی با تقویت یک شراکت مشارکتی که مشتریان را قادر می سازد تا فعالانه در کشف و رشد خود مشارکت کنند، استقلال را حفظ می کنند.

محرمانگی به عنوان سنگ بنای عمل اخلاقی مربیگری ظاهر می شود. مشتریان باید اطمینان داشته باشند که اطلاعات شخصی و افشای آنها محرمانه خواهد بود (IAC، 2019، ص ۴). مربیان باید حدود محرمانه بودن را روشن کنند، از جمله شرایطی که ممکن است افشای آن ضروری باشد، مانند الزامات قانونی یا نگرانی های ایمنی (گران و اوهانلون^۱، ۲۰۱۸، ص ۶۲). احترام به رازداری نه تنها حریم خصوصی مشتری را حفظ می کند، بلکه محیطی از باز بودن و اعتماد را ایجاد می کند (گری، ۲۰۲۱، ص ۱۷۸). در شرایط ایران، جایی که حفظ شهرت فرد بسیار ارزشمند است، حفظ رازداری در ایجاد یک رابطه مربیگری ایمن و حمایتی بسیار مهم است (حسنخانی و همکاران، ۲۰۱۹، ص ۱۰۹۳).

مربیان همچنین با اصل عدم سوء استفاده دست و پنجه نرم می کنند که بر اجتناب از آسیب رساندن به مشتری تأکید دارد (ICF، 2020، ص ۵). این اصل مربیان را موظف می کند که از محدودیت ها و شایستگی های خود آگاه باشند و از ارائه خدمات فراتر از

1- Grant & O'Hanlon

تخصص خود خودداری کنند (پلتیر^۱، ۲۰۱۰، ص. ۱۰۵). در چشم انداز کوچینگ ایران، این اصل بازتاب تعهد به عدم آسیب در حین پرورش رشد مشتری است (فرهادی، ۱۳۹۵، ص ۷). مربیان با درگیر شدن در توسعه حرفه ای مستمر و جستجوی نظارت در هنگام مواجهه با چالش های پیچیده، رفاه مشتریان را در اولویت قرار می دهند.

چارچوب های اخلاقی همچنین شامل اصل عدالت، حمایت از انصاف و رفتار عادلانه با مشتریان است (ICF، 2020، ص ۵). مربیان باید نسبت به سوگیری های احتمالی حساس باشند و اطمینان حاصل کنند که شیوه های مربیگری آنها بر اساس عواملی مانند جنسیت، قومیت، یا وضعیت اجتماعی-اقتصادی تبعیض قائل نمی شود. در ایران، جایی که برابری در جنبه های مختلف فرهنگی ارزش دارد، مربیان اخلاقی با پذیرش تنوع و فراگیری در تعاملات مربیگری خود، عدالت را رعایت می کنند (حسنخانی و همکاران، ۲۰۱۹، ص ۱۰۹۳). این اصل محیطی را ایجاد می کند که در آن با همه مشتریان با احترام رفتار می شود و فرصت های برابر برای رشد دریافت می کنند.

پیمایش معضلات اخلاقی مستلزم مشارکت مربیان در فرآیندهای تصمیم گیری اخلاقی است. مدل چهار جزئی (استوبر و گرانت^۲، ۲۰۰۶، ص. ۱۴۰) یک رویکرد ساختاریافته ارائه می دهد که شامل شناخت موضوع اخلاقی، جمع آوری اطلاعات مربوطه، ارزیابی گزینه ها و تصمیم گیری آگاهانه است. این مدل به عنوان یک ابزار ارزشمند برای مربیان در ایران و سایر زمینه ها عمل می کند و آنها را قادر می سازد ملاحظات اخلاقی، ارزش های فرهنگی و بهترین منافع مشتری را بسنجید.

چارچوب های اخلاقی بستر مربیگری را تشکیل می دهند که مربیان را در تعاملات، تصمیم گیری ها و عملکردهایشان راهنمایی می کند. اصول خیرخواهی، استقلال، محرمانه بودن، عدم سوء استفاده و عدالت، زیربنای تعاملات مربیگری اخلاقی است که رفاه و رشد مشتریان را تضمین می کند. از آنجایی که کوچینگ به عنوان یک حرفه معتبر در

1-Peltier

2-Stober & Grant

ایران و در سطح جهانی به تکامل خود ادامه می دهد، مربیانی که به این دستورالعمل های اخلاقی پایبند هستند به اعتبار و تأثیر مربیگری کمک می کنند. با حمایت از این اصول اخلاقی، مربیان پایه ای ایجاد می کنند که اعتماد، اصالت و تغییرات دگرگون کننده را در رابطه مربی-مشتری پرورش می دهد.

روانشناسی تغییر رفتار

رشته کوچینگ در تقاطع روانشناسی و رشد فردی عمل می کند و هدف آن تسهیل تغییر رفتار معنادار و پایدار است. این بخش به پیچیدگی های روان شناسی تغییر رفتار در چارچوب مربیگری می پردازد، نظریه ها، مدل ها و استراتژی هایی را که مربیان برای ایجاد تغییرات دگرگون کننده در رفتارها و عادات مشتریان به کار می برند، بررسی می کند. با درک مکانیسم های روان شناختی که باعث تغییر رفتار می شوند، مربیان می توانند رویکردهای خود را برای افزایش اثربخشی مداخلات مربیگری تنظیم کنند، که در نهایت منجر به نتایج مثبت و پایدار برای مشتریان می شود.

در قلب روانشناسی تغییر رفتار، مفهوم انگیزه نهفته است، یک ساختار چند وجهی که افراد را به سمت اقدامات و اهداف خاص سوق می دهد (رایان و دسی^۱، ۲۰۰۰، ص ۵۵). نظریه خود تعیینی (SDT)، یک چارچوب برجسته در درک انگیزه، بیان می کند که افراد توسط نیازهای روانشناختی ذاتی خود برای استقلال، شایستگی و ارتباط هدایت می شوند (دسی و رایان، ۱۹۸۵، ص ۳۲۷). مربیان از طریق تسهیل استقلال مشتریان از SDT استفاده می کنند و آنها را راهنمایی می کنند تا اهداف خود را که با ارزش های آنها همخوانی دارد تعیین کنند (مژو و والرمان^۲، ۲۰۰۳، ص ۲۴۵). مربیان با هماهنگ

1-Ryan and Desi

2-Mageau & Vallerand

کردن اهداف کوچینگ با انگیزه‌های درونی مشتریان، زمینه مناسبی برای تغییر رفتار ایجاد می‌کنند که ناشی از تعهد شخصی است.

مدل فرانظری تغییر رفتار (TTM) یک نقشه راه برای درک مراحل که افراد هنگام اصلاح رفتارها طی می‌کنند ارائه می‌دهد. TTM مراحل مانند پیش تفکر، تفکر، آماده سازی، اقدام، نگهداری و خاتمه را مشخص می‌کند. مربیان TTM را برای انجام مداخلات بر اساس آمادگی مراجعان برای تغییر اعمال می‌کنند (ولیسر^۱ و همکاران، ۱۹۹۸، ص ۲۶۳). به عنوان مثال، یک مشتری در مرحله تفکر ممکن است از گفتگوی بازتابی بهره مند شود، در حالی که یک مشتری در مرحله عمل ممکن است به استراتژی‌های تعیین هدف برای تقویت رفتارهای جدید نیاز داشته باشد.

نظریه شناختی-رفتاری (CBT) نقشی محوری در روانشناسی تغییر رفتار ایفا می‌کند و بر تعامل پیچیده بین افکار، احساسات و اعمال تأکید دارد (بک^۲، ۱۹۷۶، ص ۲۰). مربیان از تکنیک‌های CBT استفاده می‌کنند تا به مشتریان کمک کنند تا باورها و الگوهای فکری خود محدودکننده را تشخیص دهند و قالب‌بندی مجدد کنند (نینان و درایدن^۳، ۲۰۰۶، ص ۱۳۴). این فرآیند با تغییر محرک‌های شناختی که بر اعمال تأثیر می‌گذارد، از تغییر رفتار پشتیبانی می‌کند. به عنوان مثال، مشتری که به دنبال ایجاد عادات مدیریت زمان بهتر است، ممکن است از شناسایی و به چالش کشیدن افکار مرتبط با اهمال کاری سود ببرد.

روانشناسی تغییر رفتار نیز نقش عادات را در شکل دادن به رفتارها در بر می‌گیرد. شکل‌گیری عادت بر مدل حلقه عادت متکی است که شامل یک نشانه، روال و پاداش است (دوهیگ^۴، ۲۰۱۲، ص ۱۹). مربیان مشتریان را در تشریح عادات موجودشان راهنمایی می‌کنند و به آنها کمک می‌کنند نشانه‌ها و پاداش‌هایی را که رفتارها را تقویت می‌کنند

1-Velicer

2-back

3-Neenan & Dryden

4-Dohig

شناسایی کنند (وود و نیل^۱، ۲۰۰۷، ص ۲۹۰). مربیان با افزایش آگاهی در مورد حلقه های عادت، مشتریان را قادر می سازند تا رفتارهای عمدی و همسو با اهدافشان را جایگزین روال های نامطلوب کنند.

مقاصد پیاده سازی، یک استراتژی که ریشه در تئوری رفتار برنامه ریزی شده دارد. ابزار قدرتمندی برای تغییر رفتار ارائه می دهد. مربیان مشتریان را تشویق می کنند تا برنامه های خاص «اگر-آنگاه» را تدوین کنند و نشانه های موقعیتی را به اقدامات مورد نظر مرتبط کنند (گولویتزر^۲، ۱۹۹۹، ص. ۸۳). این طرح ها با خودکارسازی فرآیندهای تصمیم گیری، خودتنظیمی را افزایش می دهند و ثبات در اجرای رفتار را ارتقا می دهند. به عنوان مثال، مشتری که قصد دارد به طور منظم ورزش کند، ممکن است یک قصد اجرایی مانند "اگر صبح دوشنبه است، پس من برای دویدن در پارک می روم" ایجاد کند.

در ایران که عوامل فرهنگی نقش اساسی در شکل دهی رفتارها دارند، درک روان شناسی تغییر رفتار اهمیت بیشتری پیدا می کند. هنجارهای فرهنگی جمع گرا ممکن است بر انگیزه افراد برای تغییر تأثیر بگذارد و اهمیت حمایت اجتماعی و عوامل اجتماعی را برجسته کند (فرهادی، ۲۰۱۶، ص ۶). مربیان در ایران می توانند از بینش های فرهنگی برای طراحی مداخلاتی استفاده کنند که با ارزش های مشتریان و انتظارات اجتماعی همسو باشد و طنین و اثربخشی تلاش های تغییر رفتار را افزایش دهد.

روانشناسی مثبت نگر با تمرکز بر نقاط قوت و فضایل که رشد را تسهیل می کند، بینش های ارزشمندی را در مورد تغییر رفتار ارائه می دهد. مربیان اصول روانشناسی مثبت مانند پرورش قدردانی و تقویت انعطاف پذیری را برای پرورش بهزیستی روانشناختی مراجع در کنار تغییر رفتار ادغام می کنند (لینلی^۳ و همکاران، ۲۰۰۶، ص ۳۶۷). مربیان

1- Wood and Neal

2-Gollwitzer

3-Linley