

Po absolvování řady administrativních kroků a učení se pokusem a omylem otevřel restauraci s – na malé město zajímavou – indickou kuchyní. Do svého snu dával vše. Energii, nápady i peníze. Restaurace funguje čtyři měsíce s rozpačitými výkony. Jelikož je mužem činu, rozhodl se relokovat do jiného města, využít odlišností a začít nabízet to, co na trhu ještě není, co dává „novou hodnotu“ aktuálním, potenciálním zákazníkům i nezákazníkům, neboť se nebude dle jeho slov „tlačit v řadě“ a čekat.

Seděla jsem s ním i kamarádkou na restaurační zahrádce a nestačila se divit, jak intuitivně popisuje své plány, postupy a očekávané výsledky. Přesně jako v knize, která mi ležela na nočním stolku, *Strategie modrého oceánu* od W. Chan Kim a R. Mauborgne, a kterou jsem „zhltna“ rychleji než *Vejce a já* od Betty MacDonalové.

Kniha s podtitulem „Umění vytvořit si svrchovaný tržní prostor a vyřadit tak konkurenty ze hry“ pojednává na konkrétních příkladech o vystoupení z paradigmat „rudých oceánů“ plných konkurentů téměř se neodlišujících základními hodnotami a možnostmi, a naopak o vytvoření „modrých oceánů“.

„Modré oceány“ jsou novým tržním prostorem, kde vytváříme novou poptávku a tím vyřazujeme konkurenty ze hry. Vytvoření „modrého oceánu“ však vyžaduje odlišnou strategii, než jakou jsme zvyklí využívat v aktuálních „rudých oceánech“. Některé prvky naší aktuální hodnotové křivky musíme odvrhnout, jiné omezit, nové vytvořit a některé z aktuálních pozvednout tak, abychom byli schopni vytvořit novou hodnotovou křivku modrého oceánu a tím se stali jinými pro budoucí zákazníky a odlišnými od konkurentů.

Mezi úspěšné světové tvůrce „modrých oceánů“ můžeme zařadit například Cirque du Soleil, Gillette, Sony či Starbucks. U nás však také nějaké máme: zmiňme Student Agency, Ryor, Sensor či další jim podobné. I když se objevuje řada kritiků tohoto přístupu, který posuzují jako naivní a utopistický, můžeme se i v řízení lidských zdrojů inspirovat filozofií a přístupy „modrých oceánů“.

Řízení lidských zdrojů: rudý nebo modrý?

Konference, přednášky i semináře jsou dnes plné sdílení klasických praktik a diskusí o nich. Kolik příspěvků a myšlenek je opravdu odlišných a postavených na nových hodnotách „modrého oceánu“ řízení lidských zdrojů? Pokusme se vystoupit ze svých limitů a zamysleme se nad některými, které by stálo za to ve dnešním kontextu nazývat „modrými“.

- Co takhle umožnit zaměstnancům vybírat si názvy pozic, které se jim líbí? Jak by se nám pracovalo s CFO (Chief Fun Officer) nebo Senior zahradníkem v IT společnosti?
- Co třeba dát každému zaměstnanci vlastní rozpočet na individuální rozvoj? V něčem tato myšlenka připomíná systém cafeteria ve společnostech, které takto přistupují například k jazykovému vzdělávání. Proč sem nezahrnout veškerá školení, studijní literaturu, tisk či členství v odborných organizacích?
- Každý z nás zná velice dobře pravidla i obsah exit interview. Proč ale nezavést „stay interview“, které by bylo realizováno personalisty v definované periodě od zahájení pracovního poměru?
- V kolika organizacích využíváme comeback nástrojů? Jak využíváme zaměstnanců, kteří odešli? Co jejich potenciál podpory značky? Kolik společností má na sociálních sítích alumni kluby a jak s nimi pracují?

Personalista, který se bude pokoušet vystoupit ze zajatých kolejí a přistoupit k danostem v duchu „modrého oceánu“, musí jasně identifikovat novou hodnotu, kterou tím přinese podporovanému byznysu. Máme přece tolik možností, jak využít neprobádaných vod a posunout řízení lidských zdrojů směrem ke spokojenějším zaměstnancům, kompetentnějším manažerům i kolegům z HR.

Pokusme se odborné konference a diskuse naplnit „modrými oceány“, společně je tvořit – třeba i prostřednictvím nové skupiny na LinkedIn. Co takhle „Modří HR“?

Iva Bursová
HR manager s.r.o.



Modrý oceán řízení lidských zdrojů

Letních prázdnin jsem využila nejen k relaxaci a doplňování sil, ale také k setkáním s přáteli, které jsem po celý rok zanedbávala. Mezi ně patří i moje přítelkyně a její partner, který se po letech práce ve vrcholových funkcích nadnárodních společností jako CFO rozhodl začít plnit svůj jinošský sen a na „stará“ kolena „být restaurátorem“. Shodou náhod potkal před více jak rokem na ostrově Mauritius akční nepálské kuchaře vařící vynikající indickou kuchyni, majitele baru s nevyužitou kuchyní a přítelkyni dodávající mu sílu a podporu.