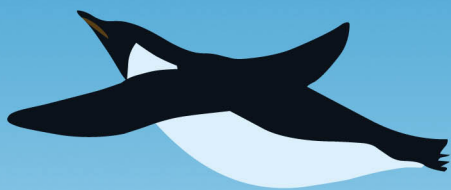


John P. Kotter

Vedení procesu změny

Osm kroků

úspěšné transformace podniku
v turbulentní ekonomice



2. aktualizované vydání

MANAGEMENT PRESS
mp

MANAGEMENTU
KNIHOVNA
SYSTÉMU
JEHO

HAVEL HOLÁSEK
advokátní kancelář

PARTNERS

ÚSPĚCH SPOJUJE

MANAGEMENT PRESS

Vedení procesu změny



JOHN P. KOTTER

VEDENÍ PROCESU ZMĚNY

Osm kroků
úspěšné transformace podniku
v turbulentní ekonomice

2. aktualizované vydání

MANAGEMENT PRESS, PRAHA 2015

Tato publikace vychází s přispěním advokátní kanceláře
Havel, Holásek & Partners.

John P. Kotter: *Leading Change. With a New Preface by the Author*
Published 2012 by Harvard Business Review Press, Boston,
Massachusetts, USA

Original Work Copyright © 2012 by John P. Kotter
Translation © Hana Škapová, 2000, 2015
Translation New Preface © Michal Čákr, 2015
Cover design © Petr Foltera, 2015

Published by arrangement with Harvard Business Review Press
All rights reserved

ISBN 978-80-7261-314-4

Obsah

Předmluva k českému vydání	7
Nová předmluva, listopad 2012	11
Předmluva	15
ČÁST I Problém změny a jeho řešení	17
1. Transformace organizace: proč podniky selhávají	19
2. Úspěšná změna a síly, které ji pohánějí	36
ČÁST II Osmibodový proces změny	53
3. Vyvolání vědomí naléhavosti uskutečnit změny	55
4. Sestavení koalice prosazující změny	74
5. Vytvoření vize a strategie	92
6. Komunikace transformační vize	112
7. Posílení pravomocí zaměstnanců v širokém měřítku	131
8. Vytváření krátkodobých vítězství	148
9. Využití výsledků a podpora dalších změn	165
10. Zakotvení nových přístupů do podnikové kultury	182
ČÁST III Důsledky pro jedenadvacáté století	199
11. Organizace budoucnosti	201
12. Vedení a celoživotní vzdělávání	215

Předmluva k českému vydání

Vážení čtenáři,

dostává se Vám do rukou kniha od amerického profesora managementu z Harvard Business School Johna P. Kottera, který se již pátou dekádu věnuje efektivnímu řízení firmy a jeho koncept transformačního řízení podniku nechybí snad v žádné moderní učebnici managementu. Kotterova teoretická východiska totiž vedou k pochopení, jak vyvolat a vést proces změny ve firmě.

Studium právnické fakulty Univerzity Karlovy v Praze, které jsem absolvoval v roce 1996, tedy v době, kdy profesor Kotter formuloval teorie a manažerské rady popsané v této knize, mě bohužel jako většinu mých kolegů na moderní praxi advokáta-podnikatele a později advokáta-manažera řídicího nyní největší soukromě vlastněnou advokátní firmu ve střední Evropě, příliš nepřipravilo. Ekonomická výuka začala i skončila úvodním kurzem docenta Jana Urbana v prvním semestru. Mimochodem, byl to kurz velmi dobrý, a proto jsme po letech angažovali pana docenta, aby naše advokáty dále vzdělával ve vybraných ekonomických oblastech.

Považuji proto možná ještě více, než absolventi ekonomických univerzit, za zásadní seznámit se detailně s nejlepšími prakticky orientovanými světovými díly v oblasti managementu,

mezi které tato kniha bezesporu patří. Jedná se o první ze série elitních světových manažerských publikací, jejichž vydání v České či Slovenské republice chce naše kancelář sponzorsky podpořit. Věřím, že podpora publikace těchto klíčových děl světové ekonomické literatury v češtině a případně slovenštině dále přispěje k profesnímu rozvoji českých a slovenských manažerů, ke kultivaci místního podnikatelského prostředí i rozvoji zdravé firemní kultury.

Profesor Kotter je jedním z nejvýznamnějších světových odborníků na rozvoj vůdčích dovedností a implementaci transformačních procesů. Zabývá se strategickým chováním firem v podmínkách rychlých a dramatických proměn ekonomického prostředí. Detailně popisuje osm hlavních kroků úspěšné transformace podniku v turbulentní ekonomice. Vnitřní změna firmy podle Kottera nemůže být úspěšná, pokud manažeři nezmění své metody a své chování a nebudou se orientovat spíše na „měkké“ metody vedení lidí, než na čistě manažerské přístupy. Okleštění manažerského přístupu na plánování, organizování a kontrolu totiž k úspěchu často nevede. Klíčová je role lídra, který umí proces změn důsledně řídit, držet se vize a motivovat ostatní. Leadership je tedy jeden ze základních předpokladů změny.

Stejně jako je tomu v jiných oborech, i teorie managementu se v průběhu času přiklání k různým doktrínám a „módním vlnám“ různých manažerských přístupů. A má to svou logiku: svět se mění a zrychluje, podniky musí řešit nově vzniklé situace a výzvy. Neznamená to ovšem, že by Kotterovy rady formované před dvaceti lety byly pro dnešní dobu nepoužitelné. Právě naopak. Z názorů a doporučení obsažených v knize opakovaně čerpám při řízení naší firmy. To, co nás odlišilo od konkurence a proč jsme v poslední dekádě jako snad jediná přední firma v oboru nejen ve střední Evropě dosáhli nepřetržitého dvouciferného růstu tržeb, bylo právě vědomí naléhavosti

uskutečňovat změny, schopnost předjímat rizika uspokojení ve firmě jako celku i u jednotlivých klíčových lidí v době boomu a dělat klíčová manažerské opatření, i když často nepopulární a bolestivá, a to vždy s dostatečným předstihem před konkurencí. Včasná, rozsáhlá a přesvědčivá interní i externí komunikace potřeby realizace změn zdůrazňovaná v této knize byla vždy důležitá, a pokud jsme ji někdy podcenili, vždy jsme to razantně pocítili.

Pokud jsou firmy schopné realizovat rázně a včas potřebné zásadní změny, i když jsou tržními lídry (místo sebeuspokojení managementu, před nímž profesor Kotter varuje), pak začínají trh služeb tvořit, a to včetně formování zákaznických očekávání. A to je klíčové pro uspokojení zákaznických potřeb ekonomicky efektivním (ziskovým) způsobem na straně dodavatele. V naší firmě provádíme revizi situace v rámci obchodního plánování důsledně každý rok. Zhruba pětinu, někdy až čtvrtinu roku věnujeme detailní revizi stavu firmy a jejích jednotlivých pracovních skupin za účelem stanovení potřebných změn, které nás každoročně posouvají dopředu. Jednou za tři až čtyři roky pak realizujeme strategické změny včetně případného přizpůsobení naší vize a strategie vývoji na trhu, klientské poptávce, stavu konkurence a samozřejmě našim schopnostem.

Dovolím si více doporučit každému vrcholovému manažerovi, firemnímu lídrovi, aby si tuto knihu prostudoval a uložil do své knihovny jako jednu ze zásadních manažerských příruček. Doporučení v ní obsažená jistě přispějí k úspěchu ve vaší manažerské či transformační roli. Mně úspěchy v mém snažení přinesla. A věřte, že energie vynakládaná na pravidelné i mimořádné transformační úsilí, zejména vynaložená na vyvolání vědomí naléhavosti změny, musí být v prostředí firem v oblasti professional services, kde řízení probíhá spíše konzultativním než autoritativním způsobem, enormní.

VEDENÍ PROCESU ZMĚNY

Zcela právem je tato kniha již po dvě desetiletí celosvětovým bestsellerem. Ať je vám dobrou inspirací!

Jaroslav Havel,
zakladatel a řídící partner
Havel, Holásek & Partners

Nová předmluva, listopad 2012

Materiál obsažený v této knize, není ještě dnes, šestnáct let po tom, co vyšel poprvé, jen relevantní, ale je podle mého přesvědčení dokonce ještě *závažnější*, a to z jednoho prostého důvodu: rychlost změn se nepřestává zvyšovat.

Dnes toho víme mnohem více, než kolik jsme toho věděli před šestnácti lety. Já sám jsem od té doby vydal čtyři další knihy, které, každá svým způsobem, zkoumají do ještě větší hloubky myšlenky, které naleznete zde. V současné chvíli už pracuji na knize páté, která bude představovat skok – nikoliv jenom postupnou změnu – k pochopení toho, co budete muset v jednadvacátém století dělat, abyste byli úspěšní. Když se mne ale lidé ptají, kde tedy mají začít, když se chtějí něco dozvědět o vůdcovství v měnícím se světě, vždycky jim říkám, že právě zde.

Chyby, jichž se i velmi inteligentní lidé při svých snahách zavádět zásadní změny nebo nové riskantní strategie, stále dopouštějí, jsou dnes téměř stejné (kapitola 1). To samozřejmě neznamená, že by se manažeři za posledních několik desetiletí nijak nepoučili. Poučili se. Ale nároky rostou stejně rychle, a někdy i rychleji, než jejich dovednosti.

Základní pochopení toho, že management není leadership (kapitola 2) je už dnes lidem bližší, ale zdaleka ne tolik, kolik by bylo třeba. Management rozhýbává systémy. Je vám prospěšný tehdy, když víte, co máte dělat. Leadership však buduje nové systémy nebo přetváří ty staré. Zavádí vás na nová a méně známá území nebo dokonce někam, kde to neznáte vůbec. A to má ve stále zrychlujícím se světě obrovské důsledky.

Problémy, které vznikají ze sebeuspokojení, a někdy to může být jenom malé sebeuspokojení, stejně jako síla pocitu naléhavosti změn (kapitola 3) jsou dnes větší, než jaké byly před deseti lety. Jsem opravdu přesvědčen o tom, že varování a důraz na závažnost problémů vznikajících z nedostatečného nebo špatně zaměřeného pocitu naléhavosti snad ani nelze přehnat. A tak se stává, že i velmi zkušené a velmi inteligentní lidé právě zde selhávají – což má důsledky, které nemusí být hned zřejmé. Někdy to trvá rok i více než vyjdou najevo – tím, že otálejí s neodkladným zásahem nebo mu nevěnují dostatečnou pozornost a připustí jeho zpomalení, dospějí do situace, kdy už jsou neodvratné ztráty nad slunce jasnější.

Za poslední desetiletí jsme se toho naučili nesmírně mnoho o různých druzích struktur a kapacit, které vytvářejí pevnou základnu pro nastartování velké změny a udržení jejího tempa. Přesto je ale porozumění této základně mezi lídry a manažery stále ještě nedostatečné (kapitola 4). Nejsilnějšími nástroji k prosazování procesu zásadních změn tak i nadále zůstávají účelově sestavené týmy, „workstreams“ a projektově řízené organizace. Takovéto struktury sice mohou být také užitečné, ale vykazují i tendence, které mohou vést k nesprávným procesům a hlavně samy o sobě nebyvají dostatečně silné na to, aby zvládly soubory těch nejnáročnějších úkolů.

A tím pokračujeme ke kapitole 5. Popsané problémy stále přetrvávají. Jejich závažnost i potíže, které způsobují jsou dnes stejné nebo ještě závažnější. Třebaže zrychlující tempo změn

má své další dopady, které již přesahují záběr této knihy, i tak jsou následující stránky plné postřehů a námětů, jež lze využít s velkým úspěchem již dnes.

Kdybyste mi tehdy, když jsem tuto knihu psal, řekli, že ji časopis *Time* zařadí mezi dvacet pět nejvlivnějších manažersko-vůdcovských knih, které kdy byly napsány, ani v nejmenším bych vám to nevěřil. Pokládal jsem ji tehdy jenom za další kamínek v mozaice výzkumných projektů, které jsem tehdy na Harvardu prováděl. Dokonce ještě dnes se jenom těžko vyrovnávám se všemi těmi oceněními, které kniha získala. Ale i já jsem schopen objektivně vidět, že popisuje nesmírně silnou množinu trendů, které započaly už někdy před padesáti lety a budou patrně pokračovat po celý můj život. Tyto trendy si žádají mnohem razantnější iniciativnost a organizace mnohem více nakloněné změnám, větší míru leadershipu ze strany mnohem většího počtu lidí, nejenom ze sféry top managementu, více strategické sofistikovanosti a především mnohem větší schopnosti rychle uskutečňovat odvážné strategické iniciativy a současně snižovat počet a velikost nástrah, jež by vás na cestě vedoucí ke změně mohly zpomalit.

Rychlost změn je v současnosti určující silou. Jedinou odpovědí je, že je povedou a budou řídit kompetentní lidé.

John Kotter,
Cambridge, Massachusetts

PŘEDMLUVA

V létě roku 1994 jsem napsal pro Harvard Business Review článek nazvaný „Vedení změny: Proč pokusy o transformaci selhávají“. Článek shrnoval závěry, ke kterým jsem v průběhu uplynulých patnácti let dospěl analýzou desítek pokusů o uskutečnění zásadních změn v organizacích pomocí restrukturalizace, reengineeringu, změny strategie, akvizice, snižování počtu zaměstnanců, zavádění programů zvyšování jakosti či změny firemní kultury. Už při psaní článku jsem věděl, že o tomto tématu chci napsat víc. Krátce po jeho dokončení jsem začal pracovat na této knize.

Harvard Business Review otiskl „Vedení změny“ v březnu 1995. Článek vzbudil obrovskou pozornost a téměř okamžitě se „vyhoupl“ na první příčku v žebříčku reprintů, které HBR prodává samostatně. To byla ohromující skutečnost, zamyslíme-li se nad kvalitou a množstvím jiných reprintů a délkou doby obvykle potřebné k nahromadění dostatečného počtu objednávek pro jejich uskutečnění. Pro tyto těžko předvídatelné události je vždy obtížné najít vysvětlení, nicméně z rozhovorů a korespondence se čtenáři HBR vyplynulo, že se článek hned dvakrát trefil do černého. Za prvé, při procházení výčtu chyb, jichž se organizace obvykle při zavádění změn dopouštějí, si manažeři řekli Ano! To je přesně ten důvod, proč se nám nepodařilo dosáhnout všeho, co jsme chtěli. Za druhé, čtenáři ocenili osmibodový postup při realizaci změn. Poskytoval

smysluplný návod a náměty pro diskusi o otázkách transformace, o problémech změn a možných strategiích.

Při psaní této knihy jsem se snažil navázat na obě tyto přednosti a ještě přidat několik dalších. Na rozdíl od článku obsahuje kniha desítky příkladů, které ilustrují, co obvykle funguje a co ne. Z tohoto pohledu je kniha praktickým a zároveň přehledným návodem. Také jsem zde mnohem jednoznačněji naznačil provázanost této diskuse s motorem, který změny pohání – s principem vůdcovství – a ukázal, jak a proč čistě manažerský přístup nevyhnutelně vede k nezdaru, ať jsou lidé zapojení v procesu změny sebeschopnější. Rovněž jsem rozšířil časový záběr knihy. Vysvětluji, jak nás události uplynulého století dovedly k současnému stavu, a hledám souvislosti a důsledky pro 21. století.

Ti, kdo znají mé práce, si všimnou, že tato kniha zahrnuje a rozvíjí řadu myšlenek dříve publikovaných v knihách *A Force for Change: How Leadership Differs from Management, Corporate Culture and Performance* a *The New Rules: How to Succeed in Today's Post-Corporate World*. Ačkoli je tato kniha, pokud jde o obsah, logickým pokračováním mých předchozích prací, liší se od nich formou. Na rozdíl od mých dřívějších knih neobsahuje Vedení procesu změny poznámky a odkazy. Příklady a hlavní myšlenky jsem nečerpal z žádných publikovaných materiálů kromě svých vlastních prací ani jsem se na podporu svých závěrů nesnažil citovat jiné zdroje. Z tohoto pohledu je tato kniha mnohem osobnější než kterákoli jiná z mých dřívějších publikací. Na souboru vzájemně provázaných témat, která zjevně stále více nabývají na významu, předkládám to, co jsem viděl, slyšel a k čemu jsem dospěl.

ČÁST I

Problém změny a jeho řešení

KAPITOLA 1

Transformace organizace: proč podniky selhávají

Ať vezmeme jakékoli objektivní měřítko, zjistíme, že se množství závažných a často bolestných změn, jimiž organizace procházejí, během posledních dvaceti let dramaticky zvyšuje. I když někteří lidé předvídají, že většina projektů, jako jsou reengineering, změny strategie, fúze, snižování počtu zaměstnanců, programy zvyšování jakosti a změny organizační kultury, brzy vymizí, já se domnívám, že je to vysoce nepravděpodobné. Máme co dělat s působením silných makroekonomických vlivů, které mohou být v příštích desetiletích ještě mnohem silnější. Výsledkem může být tlak na další a další podniky, které budou muset snižovat náklady, zvyšovat kvalitu výrobků a služeb, hledat nové příležitosti rozvoje a zvyšovat produktivitu.

Snahy o zásadní změny dosud některým organizacím výrazně pomohly přizpůsobit se měnícím se podmínkám, jiným umožnily získat lepší konkurenční pozici a jiným zase připravit se na budoucnost. V mnoha případech však došlo pouze k minimálním zlepšením, navíc provázeným katastrofickými dopady, včetně zbytečně vyplývaných zdrojů a vyčerpaných a frustrovaných zaměstnanců.

Do jisté míry je každá změna nevyhnutelně provázena určitými následky. Kdykoli se lidské společenství musí přizpůsobit

měnicím se podmínkám, vždy jde o bolestný proces. Ale zbytečnému plýtvání a strastem, jichž jsme byli v uplynulých letech svědky, je možné se vyhnout. Dělali jsme spoustu chyb, z nichž nejčastější jsou následující.

CHYBA Č. 1: PŘÍLIŠNÉ SEBEUSPOKOJENÍ A AROGANCE

Zdaleka největší chybou, jíž se lidé dopouštějí při pokusech měnit podniky, je to, že se vrhnou do procesu změn, aniž by předem přesvědčili své spolupracovníky a zaměstnance o jejich naléhavosti. Tato chyba je fatální, protože transformační snahy nikdy nedosáhnou stanovených cílů, pokud je vedení příliš spokojeno samo se sebou.

Když byl Adrien jmenován ředitelem specializované chemické divize jedné velké společnosti, okamžitě rozpoznal případné budoucí problémy a příležitosti, z nichž většina souvisela s globalizací jeho oboru. Adrien byl zkušeným a sebevědomým manažerem. Ve dne v noci pracoval na realizaci nových nápadů, které by zvedly obchody a zisk. Uvědomoval si, že málokdo v podniku vnímá rizika a příležitosti tak zřetelně jako on sám, ale nepovažoval to za nepřekonatelný problém. Ty lidi bude možné přesvědčit, donutit nebo nahradit jinými.

Dva roky po svém nástupu Adrien sledoval, jak se jedna iniciativa za druhou utápí v moři samolibosti a arogance. Navzdory jeho přesvědčování a vyhrožování trvala realizace první fáze nové výrokové strategie takovou dobu, že konkurence měla čas připravit vlastní strategii a zabránit Adrienovu podniku v získávání jakýchkoli podstatných výhod. Pro svůj velký reengineeringový projekt nedokázal zajistit dostatečné podnikové zdroje. Reorganizaci zabránily aktivity zkušených „diverzantů“ v jeho týmu. Frustrovaný Adrien se vzdal snahy

udělat něco se svými vlastními lidmi a koupil mnohem menší firmu, která v té době už úspěšně aplikovala řadu jeho nápadů. V průběhu nenápadné bitvy – probíhající v následujících dvou letech – s překvapením a se zděšením sledoval, jak lidé v jeho divizi, kteří neviděli naléhavost situace, nejenže ignorovali veškerá cenná ponaučení plynoucí z nedávné historie nově získané firmy, ale ve skutečnosti navíc utlumovali její schopnosti pokračovat v tom, co se jí doposud tolik dařilo.

Někteří schopní jedinci jako Adrien nedokáží – z řady různých, nicméně vzájemně souvisících důvodů – vytvořit dostatečné vědomí naléhavosti na začátku procesu transformace. Přeceňují své schopnosti prosadit velké změny v podniku silou. Podceňují skutečnost, jak těžké je „dostat“ lidi z jejich navyklých vzorců chování. Nevidí, jak jejich vlastní chování může nevědomky posilovat současný stav. Chybí jim trpělivost: „Konec příprav, jde se na věc.“ Paralyzuje je představa možných stinných stránek spojených s omezováním přílišného sebeuspokojení: lidí jednajících defenzívně, poklesu morálky a krátkodobých výsledků. *Nebo*, což je ještě horší, pletou si naléhavost s přehnanou horlivostí, kterou docílí jen toho, že lidé zalezou mnohem hlouběji do svých nor a odpor vůči změnám se ještě více prohloubí.

Kdyby dnešní společnosti nebyly tolik spokojeny samy se sebou, nebyl by tento problém tak důležitý. Ale opak je pravdou. Příliš mnoho úspěchů v minulosti, nedostatek viditelných krizí, nízké výkonnostní standardy, nedostatečná zpětná vazba z externích zdrojů a další příčiny vedou k tvrzení: „Ano, máme své problémy, ale nejsou tak strašné a já dělám svou práci dobře,“ nebo „Samozřejmě že máme velké problémy, ale ty jsou všude.“ Bez vědomí naléhavosti lidé nevyvinou žádnou snahu navíc, a to je přitom často nezbytné. Nebudou ochotni přinést oběti. Místo toho budou hájit svůj status quo a bránit se iniciativám shora. Následkem toho reengineering

nikam nevede, nedaří se plně uplatňovat nové strategie a řádně začleňovat akvizice, omezování se nikdy nedotkne těch nejméně potřebných výdajů a programy zvyšování jakosti budou spíše povrchním byrokratickým tlacháním než skutečnými podnikatelskými záměry.

CHYBA Č. 2: NESCHOPNOST VYTVOŘIT DOSTATEČNĚ SILNOU KOALICI, KTERÁ BY ZMĚNY PROSAZOVALA

Často se říká, že zásadní změna není uskutečnitelná bez aktivní podpory ředitele podniku. To, o čem teď mluvím já, jde mnohem dál. V úspěšných transformačních projektech tvoří tým prezident společnosti, ředitel divize nebo pobočky plus dalších pět, patnáct či padesát lidí odhodlaných zlepšit její výkonnost. Tato skupina málokdy zahrnuje všechny lidi z vedení, protože někteří z nich se zkrátka nechtějí přidat, přinejmenším ne hned zpočátku. Ale v těch nejúspěšnějších případech je koalice vždy silná, pokud jde o lidi s formálními funkcemi, informacemi a zkušenostmi, reputací a kontakty – a také se schopnostmi vést. Sami jednotlivci, ať jsou jakkoli schopní či charismatičtí, nikdy nemají všechny vlastnosti potřebné k překonání tradice a přetrvávající lhostejnosti, nejde-li o malý podnik. Slabá skupení jsou obvykle ještě méně efektivní.

Úsilí, kterému chybí dostatečně silná koalice, která by se postavila do čela změn, může po určitou dobu přinášet výsledky, ale jen zdánlivé. Možná se změní organizační struktura, možná odstartuje pokus o reengineering. Ale dříve či později začnou iniciativu podkopávat protichůdné síly. V zákulisním boji mezi osamělým šéfem nebo slabou koalici a tradicí, spolu s krátkodobými osobními zájmy, téměř vždy vyhraje to druhé. Tyto síly neumožní, aby strukturální změny vyvolaly potřebné

změny v chování. Zabíjí snahu o reengineering formou pasivního odporu ze strany zaměstnanců a manažerů. Programy zvyšování jakosti se stanou zdrojem další byrokracie namísto lepšího uspokojování potřeb zákazníků.

Claire, personální ředitelka významné americké banky, si byla velmi dobře vědoma, že její pravomoc je omezená a že nemá dobrou pozici pro vedení jakékoli iniciativy přesahující rámec personální práce. Nicméně díky rostoucí nespokojenosti s neschopností podniku reagovat na nové konkurenční tlaky jinak než propouštěním zaměstnanců přijala nabídku vést pracovní skupinu zaměřenou na „zlepšování jakosti“. Avšak následující dva roky jí přinesly nejméně pracovního uspokojení z celé její profesní kariéry.

Členem pracovní skupiny nebyl ani jeden ze tří nejdůležitějších liniových manažerů banky. Poté, co měla potíže už se svoláním první schůzky (několik členů skupiny si stěžovalo, že jsou mimořádně zaneprázdnění), věděla, že to nebude snadné. Nic se nedařilo. Pracovní skupina se stala karikaturou toho, jak vypadají špatné komise: byla pomalá, zabývala se spíše politikařením a každému šla na nervy. Většinu práce dělala malá skupinka nadšenců. Ostatní členové komise a liniovní manažeři jevíli o její návrhy jen minimální zájem či pochopení a téměř žádné z doporučených opatření nebylo přijato. Pracovní skupina osmnáct měsíců živořila a pak upadla v zapomnění.

Podobné nezdary jsou obvykle spjaty s podceněním obtíží, které s sebou změna přináší, a tedy i s podceněním nezbytnosti silné koalice, která by dokázala změny prosadit.

I tam, kde není problémem přílišné a ničím neodůvodněné sebeuspokojení, firmy s malými zkušenostmi s procesem transformace nebo s týmovou prací často podceňují potřebu takového týmu, nebo předpokládají, že jej může vést někdo ze zaměstnanců z personálního oddělení, oddělení jakosti nebo

strategického plánování namísto člena vrcholového vedení. Nehledě na schopnosti a nadšení těchto lidí se zdá, že koalice bez zastoupení vrcholového vedení nikdy nezíská dostatečnou sílu potřebnou k překonání často obrovské lhostejnosti.

CHYBA Č. 3: PODCENĚNÍ SÍLY VIZE

Potřeba naléhavosti a silný tým vůdčích osobností jsou nezbytnými, ale nikoli dostatečnými podmínkami zásadních změn. Žádný ze zbývajících prvků, které jsou vždy součástí úspěšných transformací, není důležitější než smysluplná vize.

Vize hraje v procesu efektivních změn klíčovou roli. Pomáhá řídit, regulovat a inspirovat jednání velkého množství lidí. Bez příslušné vize se může transformační proces lehce rozmělnit do řady zmatených, vzájemně si odporujících a časově náročných projektů, které se ubírají špatným směrem nebo nikam nevedou. Bez rozumné vize se reengineeringový projekt v účtárně, nový systém personálního hodnocení, podnikový program zvyšování jakosti a snaha o změnu kultury prodejního týmu nebudou vhodně doplňovat, ani nevyburcují takovou energii, jakou potřebujeme k prosazení kterékoli jmenované iniciativy.

S vědomím obtíží, které proces změn provází, se někteří lidé snaží postranní zákulisní cestou manipulovat událostmi a úmyslně se vyhýbají jakékoli veřejné diskusi o budoucnosti. Ale bez vize, která usměrňuje proces rozhodování, se může každá jednotlivá otázka vyžadující od zaměstnanců volbu z více variant rozplynout v nekonečných debatách. To nejnepodstatnější rozhodnutí může vyvolat bouřlivý konflikt, který odčerpává energii a ničí morálku. Nepodstatné taktické otázky mohou ovládnout diskuse a zmařit tak hodiny drahocenného času.

V mnoha neúspěšných transformačních pokusech lze najít plány a programy, které se snaží hrát roli vize. Conrad, na slovo vzatý odborník přes jakost v jedné firmě zabývající se komunikačními technologiemi, vynaložil hodně času i peněz na přípravu objemných manuálů, které do ubíjejících detailů popisovaly jeho představu o změnách. Materiály podrobně rozebíraly postupy, cíle, metody, termíny. Nikde jste však nenašli jasnou a přesvědčivou formulaci představy o tom, k čemu to všechno směřuje. Není divu, že když Conrad rozdal stovky svých manuálů, u většiny zaměstnanců to vyvolalo zmatek nebo znechucení. Tlusté spisy zaměstnance nesjednotily, natož aby je inspirovaly ke změnám. Ve skutečnosti byl jejich účinek spíše opačný.

Management neúspěšných transformačních projektů mívá někdy určitou představu o budoucím směřování, ale ta bývá příliš komplikovaná nebo neurčitá na to, aby mohla být užitečná. Nedávno jsem se zeptal jednoho manažera britského strojírenského podniku na jeho vizi a dostalo se mi vyčerpávající třicetiminutové přednášky. Mluvil o akvizicích, které chtěl uskutečnit, o nové marketingové strategii pro jeden z výrobků, o své vlastní definici zásady „vše pro klienta“, o plánech najmout nového manažera na jednu z vedoucích pozic, o důvodech uzavření pobočky v Dallasu a o řadě dalších věcí. V tom všem se skrývaly základní prvky rozumného nasměrování do budoucna. Ale byly skryté, a to velmi hluboko.

Užitečné pravidlo: pokud se vám nepodaří během pěti minut popsat svou vizi podporující zamýšlené změny a vyvolat reakci, která vyjadřuje porozumění a zájem druhé strany, začínáte si na problém.

CHYBA Č. 4: NEDOSTATEČNÁ KOMUNIKACE VIZE. DESETINÁSOBNÉ (NEBO STO– ČITISÍCINÁSOBNÉ) PODCENĚNÍ DŮLEŽITOSTI KOMUNIKACE

Zásadní změny jsou obvykle nemožné bez ochoty většiny zaměstnanců zapojit se do jejich realizace, často za cenu krátkodobých obětí. Lidé však nebudou přinášet oběti, i kdyby nebyli spokojeni se současným stavem, nejsou-li pro ně potenciální výhody spojené se změnami dostatečně atraktivní a pokud opravdu nevěří v jejich uskutečnitelnost. Bez důvěryhodné komunikace, bez spousty komunikace, nezískáte srdce a mozky lidí.

Existují tři typy neefektivní komunikace, s nimiž se lze velmi často setkat. Všechny tři odrážejí zvyky zakotvené v mnohem stabilnějších obdobích. V prvním případě nějaká skupina vypracuje docela dobrou transformační vizi a pak se jí snaží „prodat“ na několika schůzkách nebo rozesláním několika memorand. Členové skupiny, kteří takto využili jen minimální zlomek interních komunikačních možností, jsou pak velmi překvapeni, když lidé nový přístup zjevně nechápu. Ve druhém případě ředitel společnosti stráví značné množství času na prezentacích pro skupiny zaměstnanců, ale většina jejich manažerů v podstatě mlčí. V tomto případě je komunikaci vize sice věnována větší část z celkového času určeného každoročně firemní komunikaci, avšak tento objem je stále bolestně nedostačující. Ve třetím případě je kladen mnohem větší důraz na interní tiskoviny a prezentace, ale někteří významní jedinci se stále chovají způsobem, který prosazování vize zdaleka neodpovídá. Výsledkem je nárůst cynismu mezi zaměstnanci a rostoucí nedůvěra k novým myšlenkám.

Jeden z nejlepších generálních ředitelů, jakého znám, se přiznává, že podobné chyby se dopustil počátkem 80. let. Říká: „Tenkrát to vypadalo, že věnujeme spoustu úsilí

komunikaci našich myšlenek. Ale o pár let později jsme si uvědomili, že skutečnost byla na hony vzdálená této představě. A co bylo nejhorší, občas jsme učinili rozhodnutí, která se podle ostatních neslučovala s naší komunikací. Jsem přesvědčen, že někteří zaměstnanci si mysleli, že jsme banda pokryteckých pitomců.“

Komunikace probíhá jak slovy, tak i činy. Právě činy jsou všeobecně tou nejsilnější formou komunikace. Nic neohroží změny tolik jako chování významných představitelů, které je v rozporu se slovní komunikací. A přesto k tomu neustále dochází, dokonce i v některých vysoce hodnocených společnostech.

CHYBA Č. 5: DOVOLIT PŘEKÁŽKÁM, ABY ZABLOKOVALY NOVOU VIZI

Zavádění jakékoli zásadní změny vyžaduje aktivitu velkého množství lidí. Nové iniciativy příliš často končí nezdarem, když se zaměstnanci (byť ztotožnění s novou vizí) cítí odzbrojeni velkými překážkami na cestě k úspěchu. Občas existují tyto překážky pouze v myslích lidí. Pak jde jen o to přesvědčit je, že žádné skutečné externí bariéry neexistují. V mnoha případech jsou však tyto bariéry skutečné.

Někdy je na překážku organizační struktura. Úzce vymezené popisy práce mohou podkopávat snahy o zvýšení produktivity nebo zlepšení služeb zákazníkům. Mzdové a hodnotící systémy mohou lidi nutit k volbě mezi novou vizí a svými osobními zájmy. Snad nejhorší ze všeho jsou nadřizení, kteří se odmítají přizpůsobit novým podmínkám a požadují věci, které se s procesem změn neslučují.

Jeden „diverzant“ na správném místě dokáže zhatit celý transformační proces. Jako třeba Ralph. Mezi zaměstnanci ve velké společnosti poskytující finanční služby, kde pracoval, měl přezdívku „Kámen“, kterou si sám pro sebe vykládal v tom příznivějším světle. Ralph slovně podporoval zásadní změny, které se pokoušela prosadit jeho společnost, ale nezměnil své vlastní chování ani chování svých manažerů. Neoceňoval myšlenky, které souvisely s realizací nové vize. Nechal personální systémy beze změny, i když to bylo zjevně v rozporu s novými ideály. S tímto přístupem by Ralph působil jako rozkladný prvek v jakékoli manažerské pozici. Ale jeho pozice nebyla jen jakákoli. Byl třetím nejvyšším šéfem.

Ralph jednal tak, jak jednal, protože nevěřil, že by jeho organizace potřebovala zásadní změny. A také z obavy, že by nedokázal zároveň zajistit změny i očekávané výsledky. Jeho jednání mu prošlo, protože společnost neměla žádné zkušenosti s řešením personálních problémů mezi vedoucími pracovníky, protože se ho někteří lidé báli a protože generální ředitel nechtěl ztratit schopného pracovníka. Konečným výsledkem byla katastrofa. Manažeři na nižších úrovních usoudili, že vrcholové vedení to se snahou o změny nemyslí vážně, narůstal cynismus a celý proces postupoval hlemýždím tempem.

Kdykoli se schopní lidé s dobrými záměry vyhýbají konfrontaci s překážkami, podlomí se důvěra zaměstnanců a ohrozí proces změn.

CHYBA Č. 6: NESCHOPNOST VYTVÁŘET KRÁTKODOBÁ VÍTĚZSTVÍ

Skutečná transformace trvá dlouho. Komplexní snahy o změnu strategie nebo restrukturalizaci podniku riskují, že se nepohnou kupředu, pokud se nenajdou krátkodobé cíle, jejichž splnění

se dá oslavovat. Většina lidí nebude pokračovat v pochodu na dlouhou trať, pokud v průběhu šesti až osmnácti měsíců neuvidí, že dosavadní postup přináší očekávané výsledky. Bez krátkodobých úspěchů se značná část zaměstnanců vzdá nebo dá aktivně najevo svůj odpor.

Vytvářet krátkodobá vítězství není totéž jako doufat v krátkodobá vítězství. To druhé je pasivní, to první aktivní. V úspěšných transformačních procesech manažeři aktivně hledají způsoby, jak sledovat jasná zlepšení výkonnosti, zařazují cíle do ročního plánovacího systému, tyto cíle plní a odměňují lidi, kteří se na jejich splnění podíleli, projevem uznání, povýšením nebo finanční odměnou. Tam, kde pokusy o změnu selhávají, je systematické úsilí garantovat jednoznačná vítězství v průběhu šesti až osmnácti měsíců daleko méně časté. Manažeři buď prostě předpokládají, že dobré výsledky se dostaví samy, nebo jsou natolik ponořeni do své grandiózní vize, že se o kratší časové úseky téměř nezajímají.

Nelson byl svým založením „velký myslitel“. Se svými dvěma kolegy vyvinul koncept, jak by jeho skupina odpovědná za skladovací systémy mohla s využitím nových technologií snížit skladovací náklady, aniž by se současně zvýšilo riziko, že něco bude na skladě chybět. Tito tři manažeři se lopotili s postupným uskutečňováním své vize celý následující rok a po něm další. Podle svých vlastních měřítek dosáhli řady úspěchů: vyvinuli nový model řízení stavu zásob, zakoupili nové počítačové vybavení a byl vyvinut nový software. Z pohledu skeptiků, zvláště finančního ředitele, který chtěl vidět podstatné snížení stavu zásob nebo nějaký jiný finanční přínos vyrovnávající vynaložené náklady, nedosáhli ovšem tito manažeři ničeho. Když se o tom s nimi diskutovalo, vysvětlovali, že velké změny potřebují čas. Finanční ředitel tento argument akceptoval po dva roky a pak projekt zarazil.

Lidé si často stěžují, že jsou nuceni vykazovat krátkodobé výsledky, ale za správných okolností může být tento tlak v procesu změn užitečným prvkem. Když začne být zřejmé, že program zvyšování jakosti nebo změna kultury budou trvat delší dobu, obvykle dojde ke snížení vědomí naléhavosti. Snaha dosahovat krátkodobých vítězství může pomoci udržet sebeuspokojení v rozumných mezích a podporovat analytické myšlení umožňující vyjasnit nebo upravit transformační vize.

V Nelsonově případě mohl tento tlak vést k několika úpravám šetřícím peníze a mohl urychlit částečnou implementaci nových metod řízení stavu zásob. A díky několika krátkodobým vítězstvím mohl tento užitečný projekt přežít a podniku pomoci.

CHYBA Č. 7: PŘÍLIŠ ČASNÉ VYHLÁŠENÍ VÍTĚZSTVÍ

Po několika letech tvrdé práce mohou mít lidé tendenci vyhlásit vítězství v zásadním procesu změn po prvním výrazném zlepšení výkonu. Zatímco oslava vítězství je naprosto v pořádku, jakýkoli náznak, že většina práce je v podstatě hotová, bývá obvykle obrovskou chybou. Dokud změny neproniknou hluboko dovnitř podnikové kultury, což může v celé společnosti trvat tři až deset let, jsou nové přístupy křehké a náchylné k návratu ke starým praktikám.

V nedávné minulosti jsem sledoval tucet transformačních snah o reengineering. S výjimkou dvou případů bylo zapláceno drahým konzultantům a vyhlášeno vítězství ve chvíli, kdy byl dokončen první zásadní projekt, i když neexistovaly žádné důkazy (nebo jen nepatrné) o tom, že byly splněny původní cíle, nebo že zaměstnanci přijali nové přístupy. V průběhu několika let se užitečné změny, které se podařilo zavést, začaly

pomalu vytrácet. Ve dvou z těchto deseti případů je dnes obtížné najít jakýkoli náznak reengineeringu.

Nedávno jsem se ptal ředitelky jedné poradenské firmy specializované na reengineering, zda jsou takovéto případy obvyklé. Odpověděla mi: „Bohužel ano. Pro nás je velmi frustrující pracovat několik let na určitém projektu, něčeho dosáhnout a pak muset činnost předčasně ukončit. Stává se to až příliš často. Časové plány mnoha podniků počítají s příliš krátkou dobou, nedostatečnou na ukončení takovýchto projektů a jejich úplné zažití.“

Během několika posledních desetiletí jsem sledoval podobný vývoj u projektů zvyšování jakosti, u snah o organizační změny a podobně. Problémy začínají obyčejně hned v počátcích: vědomí naléhavosti není dostatečně intenzivní, skupina prosazující změny dostatečně silná a vize dostatečně jasná. A předčasná oslava vítězství zastaví vše, co dosud běželo. Pak nastoupí mocné síly spojené s tradicí a ovládnou scénu.

Ironií je, že tento problém často způsobují společně idealisté vyvolávající změny a jejich odpůrci, kteří sledují vlastní cíle. Ve svém nadšení z postupujícího vývoje to iniciátoři změn s „oslavami“ přeženou. Pak se k nim připojí odpůrci, kteří rychle vycítí příležitost podkopat celý projekt. Po oslavě vítězství se na ni odpůrci odvolávají jako na důkaz toho, že válka skončila a šiky by měly být rozpuštěny. Unavené jednotky se nechají přesvědčit, že vyhrály. Jakmile se jednou pěšáci ocitnou doma, nemají už chuť vydat se znovu na frontu. Brzy nato se proces změn zastaví a překonané tradice se plíživě vracejí zpátky.

Příliš brzké vyhlášení vítězství je, jako když spadnete na cestě vedoucí ke smysluplné změně do jámy. A z řady různých důvodů často i velmi schopní lidé do té jámy nejen padají. Někdy do ní přímo oběma nohama skočí.

CHYBA Č. 8: ZANEDBAT PEVNÉ ZAKOTVENÍ ZMĚN VE FIREMNÍ KULTUŘE

V konečném důsledku je změna trvalá, teprve když se stane způsobem, jakým „se u nás věci dělají“, a pronikne do krve pracovní jednotky nebo podniku. Dokud nové formy chování nezakoření do sociálních norem a sdílených hodnot, jsou stále ohrožovány degradací, jakmile poleví tlaky, které vyvolával transformační proces.

Při zakotvování nových přístupů do firemní kultury jsou zvláště důležité dva faktory. Prvním je vědomé úsilí ukazovat lidem, jak určité chování a postoje napomohly zlepšení výkonu. Když necháte na lidech, aby si sami domýšleli „spojovací články“, což se často stává, mohou si vytvořit nesprávná spojení. Změny, ke kterým došlo pod vedením charismatické Coleen, si řada zaměstnanců spojila s oslňujícím stylem své šéfkyně namísto nové strategie „vše pro zákazníka“, která ve skutečnosti přinesla zlepšení. Výsledkem bylo, že do firemní kultury se jako hodnota zapsala „extrovertní osobnost manažerky“ namísto „naš zákazník, náš pán“.

Pro zakotvení změn je také nezbytné věnovat dostatek času na zabezpečení toho, aby i nová generace manažerů skutečně zosobňovala nový přístup. Pokud se odpovídajícím způsobem nezmění kritéria pro povýšení, což je další častou chybou, změny se málokdy udrží. Jedno chybné rozhodnutí na vrcholu organizace může podkopat výsledek desetiletého úsilí.

Ke špatnému výběru nových manažerů často dochází tam, kde se správní rada aktivně neúčastní procesu změn. V následujících třech případech z nedávné doby byli hlavními iniciátory změn odstupující generální ředitelé. Ačkoli jejich nástupci nebyli odpůrci změn, nebyli ani jejich přívrženci. Správní rada, která prostě dostatečně nepochopila transformační proces,

nedokázala předvídat problém, který v sobě skrývala volba nových ředitelů. V jednom případě se odstupující ředitel marně pokoušel přesvědčit správní radu, aby vybrala kandidáta sice méně zkušeného, který by však více zosobňoval nové pracovní přístupy. Ve zbývajících případech odstupující představitelé neodporovali volbě správní rady, protože byli přesvědčeni, že jejich transformační proces nemůže nic zvrátit. Ale mýlili se. Během několika málo let se ze všech tří společností začaly vytrácet projevy symbolizující nové a silnější organizace.

Někteří schopní lidé často dělají chybu, když podceňují důležitost firemní kultury. Ekonomicky orientovaným finančníkům a analyticky zaměřeným technikům se totiž může otázka sociálních norem a hodnot zdát příliš abstraktní. Takže firemní kulturu ignorují – ke své vlastní škodě.

OSM CHYB

Žádná z těchto chyb by nebyla tak nákladná v pomalejším a méně konkurenčním světě. Rychlé prosazení nových iniciativ není nezbytnou podmínkou úspěchu v relativně stabilním nebo monopolním prostředí. Problém však spočívá v tom, že dnešní podnikatelské prostředí má ke stabilitě daleko. A většina odborníků předvídá, že během příštích desetiletí se nestálost tohoto prostředí bude dále zvyšovat.

Kterákoli z těchto osmi chyb, obvyklých v procesu transformace, může mít závažné následky (viz schéma č. 1). Zpomalením prosazování nových iniciativ, vytvářením zbytečného odporu, přispíváním k frustraci zaměstnanců a někdy úplným zablokováním potřebných změn může kterákoli z těchto chyb znemožnit podniku, aby nabízel výrobky nebo služby, které lidé chtějí, a za ceny, které si mohou dovolit. Pak dochází ke krácení rozpočtů a propouštění zaměstnanců a ti, kdo

zůstanou, jsou vystaveni velkému stresu. Dopad na jejich rodiny a okolní komunitu může být katastrofální. Ve chvíli, kdy píšu tyto řádky, si strach vyvolaný těmito procesy hledá cestu až do nejvyšších politických sfér, na úroveň prezidentů.

SCHÉMA č. 1

Osm obvyklých chyb v procesu změny a jejich následky

OBVYKLÉ CHYBY

- Přílišné sebeuspokojení a arogance
- Neschopnost vytvořit dostatečně silnou koalici osobností, která by změny prosadila
- Podcenění síly vize
- Nedostatečná komunikace vize. Desetinásobné (nebo sto- či tisícinásobné) podcenění důležitosti komunikace
- Překážky zablokují novou vizi
- Neschopnost vytvářet krátkodobá vítězství
- Příliš časně vyhlášení vítězství
- Zanedbání potřeby pevného zakotvení změn ve firemní kultuře



- Nové strategie nejsou dobře implementovány
- Akvizice nevytvářejí očekávané synergie
- Reengineering trvá příliš dlouho a stojí příliš mnoho
- Snižování počtu zaměstnanců nevede k omezení nákladů
- Programy zvyšování jakosti nepřinášejí očekávané výsledky

Tyto chyby nejsou nezbytné. Pokud si jich budeme vědomi a budeme na ně připraveni, můžeme se jim vyhnout, nebo je alespoň minimalizovat. Důležité je pochopit, proč se organizace nutným změnám brání a jak konkrétně vypadá postup, který pomůže překonat nebezpečnou lhostejnost. Především je ale důležité to, aby „vedení“, které musí celý proces pohánět kupředu lidsky přijatelným způsobem, bylo něčím více než pouhým kvalitním řízením.

KAPITOLA 2

Úspěšná změna a síly, které ji pohánějí

Lidé, kteří prošli bolestnými a nepříliš úspěšnými pokusy o změny, jsou rozzlobeni a často z nich vyvozují pesimistické závěry. Začínají zpochybňovat motivaci těch, kdo změny prosazují, obávají se, že zásadní změna není možná bez obětí, mají strach z toho, že šéf je „kruťas“, nebo že většina členů vedení je nekompetentních. Sledováním snah o zlepšení výkonu organizace pomocí změny struktury, reengineeringu, programů zvyšování jakosti, fúzí a akvizic, úsporných programů a změn strategického zaměření jsem dospěl k odlišným závěrům. Dostupné důkazy svědčí o tom, že většina veřejných i soukromých organizací se může při vynaložení přijatelných nákladů výrazně zdokonalit, ale že se při tom často dopouštějí chyb, protože dosavadní historie je prostě nepřipravila na problémy spojené s transformačním úsilím.

GLOBALIZACE TRHŮ A KONKURENCE

Lidé mé generace nebo ještě starší nevyrostali v době, kdy by změny byly obvyklé. Méně konkurence v globálním měřítku a pomalejší vývoj podnikatelského prostředí vedly k tomu, že převládala stabilita a doba se řídila heslem: „Pokud něco

funguje, proč to měnit.“ Ke změnám docházelo jen mimořádně a nepravdělně. Kdybyste v roce 1960 řekli tehdejším manažerům, že dnešní podnikatelé se během osmnácti až šestatřiceti měsíců budou snažit zvýšit produktivitu o 20 až 50 procent, zlepšit jakost o 30 až 100 procent a zkrátit dobu vývoje nového výrobku o 30 až 80 procent, patrně by se vám vysmáli. Tolik změn v tak krátkém čase bylo příliš vzdáleno jejich osobním zkušenostem, takže by tomu odmítali uvěřit.

Dnes čelíme úplně odlišným podmínkám. Globální ekonomika vytváří pro každého více rizik i více příležitostí. Nutí firmy k dramatickým zlepšením nejen proto, aby obstály v konkurenci a prosperovaly, ale aby vůbec přežily. Na druhé straně je globalizace stupňována širokou a mocnou paletou sil, které doprovázejí technologický rozvoj, mezinárodní ekonomickou integraci, vyspělost domácích trhů v rozvinutých zemích a kolaps komunistických režimů na celém světě (viz schéma č. 2).

Proti těmto silám není nikdo imunní. Dokonce i firmy působící v malých geografických regionech mohou pocítovat následky globalizace. Někdy může jít o nepřímé vlivy: Toyota předběhne GM, GM propustí zaměstnance a ti vzhledem k nutnému utažení opasek požadují levnější služby v čistírně na rohu ulice. Podobně jsou ke zlepšování nuceny vzdělávací systémy, nemocnice, charitativní i vládní instituce. Problém je v tom, že většina manažerů nemá žádnou praxi ani zkušenosti, které by jim v tom pomohly.

Na základě zkušeností řady společností v posledních dvou desetiletích někteří lidé usoudili, že organizace se prostě nejsou schopny příliš změnit a že se musíme naučit tuto skutečnost přijmout. Tento závěr ale neobjasňuje ani jednu z úspěšných transformací uskutečněných v nedávné době. Některé podniky přišly na to, jak skvěle jim mohou nové strategie, akvizice, reengineering, programy zvyšování jakosti nebo

Ekonomické a sociální vlivy stupňující potřebu zásadních změn v organizacích



Zdroj: The New Rules: How to Succeed in Today's Post-Corporate World, John P. Kotter. Copyright © P. Kotter, 1995. Upraveno se souhlasem The Free Press, divize Simon & Schuster.

restrukturalizace posloužit. Minimalizovaly chyby popsané v kapitole 1 a následně se jim podařilo zabránit bankrotu, dostat se ve svém odvětví ze šedého průměru na vedoucí pozice nebo zvětšit náskok před svými nejbližšími konkurenty.

Analýza těchto úspěšných případů odhaluje dva poznatky. Za prvé, úspěšná změna je obvykle spojena s několikastupňovým procesem, který generuje dostatek sil a motivace, potřebných k překonání všech zdrojů lhostejnosti. Za druhé, tento proces se nikdy nepodaří úspěšně realizovat, pokud za ním nestojí vysoce schopné vedení, ne pouze skvělé řízení. To je významný rozdíl, ke kterému se budeme opakovaně vracet v následujícím textu o uskutečňování zásadních organizačních změn.

OSMIBODOVÝ PROCES ZMĚNY

Všechny úspěšné transformační procesy jsou založeny na jednom základním poznatku: realizace výrazné změny není snadná, a to z mnoha důvodů. I tam, kde nestranný pozorovatel jasně vidí, že náklady jsou příliš vysoké, že výrobky nejsou dostatečně kvalitní nebo že měnící se požadavky zákazníků nejsou odpovídajícím způsobem uspokojovány, se může nezbytná změna stále odkládat z důvodu interně orientované podnikové kultury, přílišné byrokracie, malicherného politikaření, nízkého stupně důvěry, nedostatku týmové práce či vůdčích schopností ve středním managementu, arogantních postojů i prostého lidského strachu ze všeho neznámého. Úspěšná metoda, která má změnit strategie, přestavět procesy nebo zlepšit kvalitu, musí tyto bariéry rozpoznat a umět se s nimi vypořádat.

Všechny diagramy mají tendenci zjednodušovat skutečnost. Proto předkládám schéma č. 3 s určitou váhavostí. Toto

schéma shrnuje kroky vedoucí k realizaci úspěšné podnikové změny jakéhokoli rozsahu. Celý proces má osm částí, přičemž každá se týká jedné ze zásadních chyb, které podkopávají transformační úsilí. Těmi kroky jsou: vyvolání vědomí naléhavosti, sestavení koalice osobností, které by změnu prosadily, vytvoření vize a strategie, komunikace transformační vize, zmocnění širokého okruhu lidí k rozhodování a jednání, vytváření krátkodobých vítězství, využití výsledků a podpora dalších změn a zakotvení nových přístupů do firemní kultury.

První čtyři kroky transformačního procesu pomáhají „zmrazit“ zavedený status quo. Kdyby realizace změn byla snadná, nepotřebovali bychom vynakládat takovou námahu. Pátá, šestá a sedmá fáze zavádějí mnoho nových postupů. Poslední krok začleňuje změny do firemní kultury a napomáhá jejich trvalému prosazení.

Lidé pracující pod tlakem se budou ve snaze vykázat výsledky a v úsilí dosáhnout změny často snažit přeskočit nějaký krok – nebo i více kroků. Jeden schopný a úspěšný šéf mi nedávno řekl, že jeho snahu o reorganizaci podniku blokuje většina jeho manažerského týmu. Náš rozhovor vypadal ve zkratce asi takto:

„Vědí vaši lidé, že je dosavadní situace neudržitelná?“ ptal jsem se. „Cítí nějakou naléhavost něco změnit?“

„Někteří ano. Ale řada asi ne.“

„Kdo změny prosazuje?“

„Obávám se, že většinou já,“ přiznal.

„Máte přesvědčivou vizi o budoucnosti a strategie, které by pomohly vysvětlit nezbytnost reorganizace?“

„Myslím, že ano,“ řekl, „i když si nejsem jist, zda jsou dostatečně srozumitelné.“

„Zkusil jste někdy tuto vizi a strategie stručně písemně shrnout na několika stránkách?“

SCHÉMA č. 3

Osm kroků v procesu realizace zásadních změn

VYVOLÁNÍ VĚDOMÍ NALÉHAVOSTI

- Prozkoumání trhu a konkurenčního prostředí
- Identifikace kritických míst, potenciálních krizí nebo zásadních příležitostí a diskuse o nich

SESTAVENÍ KOALICE SCHOPNÉ PROSADIT A REALIZOVAT ZMĚNY

- Vytvoření skupiny dostatečně silné řídit změny
- Přimět skupinu pracovat společně jako tým

VYTVOŘENÍ VIZE A STRATEGIE

- Vytvoření vize, která pomůže řídit proces změny
- Vyvinutí strategií na dosažení této vize

KOMUNIKACE TRANSFORMAČNÍ VIZE

- Využití všech dostupných prostředků k nepřetržité komunikaci nové vize a strategií
- Vůdčí koalice jako vzor jednání očekávaného od zaměstnanců

DELEGOVÁNÍ V ŠIROKÉM MĚŘÍTKU

- Odstraňování překážek
- Změna systémů nebo struktur bránících transformaci
- Podpora riskantních rozhodnutí a netradičních myšlenek, aktivit a postupů

VYTVÁŘENÍ KRÁTKODOBÝCH VÍTĚZSTVÍ

- Plánování viditelných zdokonalení výkonu neboli „vítězství“
- Dosahování těchto vítězství
- Viditelné oceňování a odměňování lidí, kteří umožnili dosáhnout těchto vítězství

VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ A PODPORA DALŠÍCH ZMĚN

- Využití růstu důvěry ke změně všech systémů, struktur a postupů, které nejsou ve vzájemném souladu a neodpovídají transformační vizi
- Najímání, povyšování a vzdělávání lidí, kteří mají schopnosti realizovat transformační vizi
- Ožívování procesu stále novými transformačními projekty, náměty a prvky

ZAKOTVENÍ NOVÝCH PŘÍSTUPŮ DO FIREMNÍ KULTURY

- Dosahování lepších výsledků prostřednictvím chování orientovaného na zákazníky a zvyšování produktivity, lepšího vedení a efektivního řízení
- Poukazování na souvislosti mezi novými vzory chování a podnikovými úspěchy
- Rozvíjení prostředků zajišťujících vzdělávání vedoucích pracovníků a výběr vhodných nástupců

„To ne.“

„A co vaši manažeři, chápou tuto vizi a věří jí?“

„Myslím, že tři nebo čtyři klíčoví lidé jsou v obraze,“ řekl. Pak dodal: „Ale nedivil bych se, kdyby ostatní celému konceptu buď nerozuměli, nebo mu tak úplně nevěřili.“

Podle schématu na předchozí straně skočil tento manažer se svým projektem reorganizace rovnou do páté fáze. Ovšem díky tomu, že většinu předchozích kroků prostě přeskočil, narazil hlavou do zdi. Kdyby se snažil prosadit novou strukturu násilím – což mohl udělat – lidé by našli milióny způsobů, jak podkopávat přesně ty změny chování, jichž se snažil dosáhnout. Toho si byl vědom, takže frustrovaný zůstal stát na slepé koleji. Jeho příběh ovšem není ojedinělý.

Lidé se často snaží měnit organizace jen pomocí kroků 5, 6 a 7, především když se zdá, že větší část požadovaných změn zajistí pouze jediné rozhodnutí – reorganizovat, udělat akvizici nebo propustit zaměstnance. Nebo proběhnou všechny kroky, aniž by jediný z nich byl skutečně dokončen. Nebo se jim v další fázi nepodaří udržet výsledky té předchozí, takže se následně vytratí tlak na uskutečnění změny, nebo dojde k rozpadu koalice. Pravda je taková, že vynecháte-li kterýkoli ze zahřívacích nebo rozmrazovacích kroků (1 až 4), málokdy se vám podaří vybudovat dostatečně pevnou základnu, ze které můžete vycházet. A bez dotažení procesu popsaného v kroku 8 nikdy nedosáhnete cílové pásky a nepodaří se vám udržet již zmíněný stav.

DŮLEŽITOST NÁSLEDNOSTI

Úspěšné změny jakéhokoli rozsahu postupují všemi osmi kroky, obvykle v pořadí uvedeném ve schématu č. 3. Ačkoli realizace změny obvykle prochází několika fázemi najednou,

přeskočení pouhého jediného kroku nebo příliš rychlý postup vpřed bez zabezpečení solidní základny vede téměř vždy ke vzniku problémů.

Nedávno jsem požádal dvanáct představitelů jedné divize velkého výrobního podniku, aby zhodnotili, v jaké fázi transformačního procesu se nacházejí. Usoudili, že zhruba z 80 procent zvládli fázi 1, ze 40 procent fázi 2, ze 70 procent fázi 3, ze 60 procent fázi 4, ze 40 procent fázi 5, z 10 procent fázi 6 a po 5 procentech z fází 7 a 8. Také uvedli, že postup, který šel po dobu osmnácti měsíců velmi rychle kupředu, se k jejich rostoucímu zklamání v současnosti zpomaluje. Zeptal jsem se, co je podle nich příčinou problémů. Během dlouhé diskuse se neustále opakovala slova „podnikové ústředí“. Klíčoví představitelé podniku, včetně generálního ředitele, nebyli v dostatečném počtu zastoupeni ve vůdčí koalici, což vysvětlovalo, proč těchto dvanáct manažerů konstatovalo, že krok č. 2 byl splněn pouze ze 40 procent. Vzhledem k tomu, že nebylo rozhodnuto o základních principech na nejvyšších místech, bylo téměř nemožné vypracovat podrobnější strategie kroku č. 3. Komunikace vize (č. 4) byla podle jejich mínění oslabována signály z ústředí, které ostatní zaměstnanci přijímali s rozpaky, neboť neodpovídaly novým přístupům. Podobným způsobem docházelo k sabotování snah o posilování pravomocí (č. 5). Bez vyjasnění vize bylo obtížné stanovovat věrohodná krátkodobá vítězství (č. 6). Pokračováním bez dostatečného vyřešení problému č. 2 byla navozena iluze o postupu vpřed, která se po nějakou dobu udržovala. Bez solidních základů se ovšem celý proces začal nakonec hroutit.

Lidé obvykle některé prvky vynechávají, protože jsou tlačeni k tomu, aby dosahovali výsledků. Někdy také vynalézají nové řazení kroků, protože je k tomu vede nějaký na první pohled rozumný důvod. Poté, co je vědomí naléhavosti uskutečnit změnu dostatečně silné (viz fázi č. 1), začnou v každém

transformačním procesu probíhat všechny fáze najednou. Nicméně uskutečňování aktivit v jakémkoli jiném pořadí, než uvádí schéma č. 2, vede málokdy k úspěchu. Proces pak neprobíhá přirozeným způsobem. Navenek působí jako umělý, násilný a mechanicky řízený. Nevytváří dostatek energie potřebné k překonání přetrvávající lhostejnosti.

PROJEKTY V RÁMCI PROJEKTŮ

Většina zásadních transformačních procesů se skládá z velkého množství menších projektů, z nichž všechny mají tendenci procházet postupným vývojem. Takže se kdykoli můžete nacházet v situaci, kdy máte za sebou zhruba polovinu celkové transformace, několik menších částí je ukončeno a jiné projekty se právě rozbíhají. Skutečnost do sebe zapadá jako jednotlivá kolečka v soukolí.

Typickým příkladem může být středně velká telekomunikační společnost. Celková transformace, jejímž cílem bylo podstatné zlepšení její konkurenční pozice, trvala šest let. V průběhu třetího roku se transformace soustředovala na kroky č. 5, 6 a 7. Jeden relativně malý reengineeringový projekt šel k ukončení fáze 8. Začínala přestavba struktury, s většinou činností ve fázi 1 nebo 2. Rozvíjel se program zaměřený na zlepšení kvality, který se poněkud zpozdil, a na několika menších finálních projektech se ještě ani nezačalo pracovat. První zlepšení byla viditelná v rozmezí šesti až dvanácti měsíců, ale skutečné výsledky se projevily až ke konci celého procesu.

Když se organizace nachází v krizi, je prvním projektem v rámci celkových změn obvykle snaha zachránit potápějící se loď, nebo zvrátit současný vývoj. Po dobu šesti měsíců až dvou let se podnikají rozhodné kroky, které mají zastavit záporný vývoj cash flow a udržet podnik naživu. Druhý transformační

projekt se pak může týkat nové strategie nebo reengineeringu. Dále může následovat zásadní změna podnikové struktury nebo kultury. Každý z těchto procesů prochází všemi osmi fázemi realizace změny a každý z nich má svou roli v celkové transformaci podniku.

Jelikož mluvíme o mnohačetných krocích a paralelních projektech, je konečný výsledek často velmi komplexní, dynamický, chaotický a nahání strach. Ti, kdo se od začátku snaží uskutečnit zásadní změny pomocí jednoznačných, lineárních a analytických postupů, téměř nikdy neuspějí. Nejde o to, že by analytický přístup byl k ničemu. Pečlivé zvažování je vždy nezbytnou podmínkou, nicméně ve hře je mnohem více, než jen (a) sběr dat, (b) určení alternativ, (c) analýza a (d) výběr nejvhodnějšího postupu.

Otázka: Proč tedy inteligentní lidé tolik spoléhají na jednoznačné, lineární a analytické postupy?

Odpověď: Protože je všude učili řídit, ne vést.

ŘÍZENÍ VS. VEDENÍ

„Řízení“ je soubor procesů, které zajišťují hladký chod složitého systému, který tvoří lidé a technologie. Nejdůležitějšími aspekty řízení jsou plánování, tvorba rozpočtů, organizování, výběr pracovníků, kontrola a řešení problémů. „Vedení“ je soubor procesů, které organizace vytvářejí, nebo je uzpůsobují podstatně změněným podmínkám. Vedení definuje, jak by měla vypadat budoucnost, spojuje lidi ve jméno budoucí vize a inspiruje je k jejímu dosažení navzdory všem překážkám (viz schéma č. 4).

Tento rozdíl je pro naše účely naprosto zásadní. Bližším studiem schémat č. 3 a 4 zjistíme, že úspěšnou transformaci zajišťuje ze 70-90 procent „vedení“ a pouze z 10-30 procent

Toto je pouze náhled elektronické knihy. Zakoupení její plné verze je možné v elektronickém obchodě společnosti eReading.