



# hr business partner

koncepcja i praktyka

grzegorz filipowicz



 Wolters Kluwer

wydanie II

grzegorz filipowicz

# hr business partner

koncepcja i praktyka

Zamów książkę w księgarni internetowej

**proinfo.pl**  
księgarnia internetowa

wydanie II

 Wolters Kluwer

WARSZAWA 2019

Wydawca  
*Joanna Dzwonnik*

Redaktor prowadzący  
*Joanna Olówek*

Opracowanie redakcyjne  
*Anna Krzesz*

Łamanie  
*Fotoedytor*

Projekt graficzny okładki  
*Studio Kozak*

Zdjęcie wykorzystane na okładce  
© *iStockphoto.com/Chagin*

Ta książka jest wspólnym dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, byś przestrzegał przysługujących im praw. Książkę możesz udostępnić osobom bliskim lub osobiście znanym, ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A jeśli musisz skopiować część, rób to jedynie na użytek osobisty.

prawolubni

Szanujmy prawo i własność.  
Więcej na [www.legalnakultura.pl](http://www.legalnakultura.pl)  
Polska Izba Książki

© Copyright by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2019

ISBN 978-83-8160-817-6  
wydanie II

Dział Praw Autorskich  
01-208 Warszawa, ul. Przyokopowa 33  
tel. 22 535 82 19  
e-mail: [ksiazki@wolterskluwer.pl](mailto:ksiazki@wolterskluwer.pl)

[www.wolterskluwer.pl](http://www.wolterskluwer.pl)  
księgarnia internetowa [www.profinfo.pl](http://www.profinfo.pl)

---

# Spis treści

---

<b>Wprowadzenie</b> .....	9
Megatrendy wpływające na role i zadania HR .....	10
Zmiany .....	11
Demografia .....	16
Globalizacja .....	18
Technologie informatyczne oraz automatyzacja .....	20
Podsumowanie .....	23
<b>Rozdział 1. Czas na zmiany</b> .....	25
Dlaczego firmy nie potrzebują już działów HR? .....	25
Oczekiwania biznesu .....	29
Najlepsi pracownicy .....	32
Wysoka efektywność .....	33
Wsparcie procesów zmian i rozwoju organizacji .....	35
Model funkcjonowania HR Business Partnera .....	37
<b>Rozdział 2. Wyzwania</b> .....	39
Zrozumieć organizację .....	40
Cele (biznesowe) firmy .....	40
Paradygmat efektywności .....	53
Efektywność pracowników .....	53
Źródła efektywności .....	60
Dopasowanie działań rozwojowych .....	66
Kluczowe wyzwania w obszarze HR .....	68
Kształtowanie ról lidera i menedżera w organizacji .....	69
Budowanie zaangażowania i satysfakcji pracowników .....	74
Jakich mamy pracowników? .....	77
Pozyskiwanie najlepszych pracowników (talentów) .....	80
Zarządzanie kompetencjami pracowników .....	88
Zarządzanie talentami .....	95
Szkolenia i rozwój .....	101
Zarządzanie efektywnością ( <i>performance management</i> ) .....	104
Prowadzenie analiz i wyciąganie wniosków w obszarze HR .....	109
Zmiana/rozwój roli HR .....	111
Jakość pracy i bariery rozwojowe .....	115
Zarządzanie różnorodnością .....	117
Wykorzystanie technologii w HR .....	119

<b>Rozdział 3. Budowanie pozycji HR Business Partnera</b> .....	124
Ewolucja pozycji procesów i zespołów HR .....	124
Administrator .....	125
Profesjonalista .....	126
Agent zmian .....	128
Partner biznesowy .....	129
Rzeczywista pozycja HR w firmach .....	130
HR we własnej ocenie .....	130
HR w ocenie kadry zarządzającej i menedżerskiej .....	131
Wnioski .....	132
Pozycja HR Business Partnera w organizacji .....	132
Funkcje i partnerzy HR Business Partnera .....	134
Funkcje HR Business Partnera .....	135
Grupy interesariuszy .....	136
<b>Rozdział 4. Role HR Business Partnera</b> .....	144
Menedżer rozwoju kapitału ludzkiego .....	145
Ekspert HR .....	149
Agent zmian .....	150
Partner strategiczny .....	153
Rzecznik pracowników .....	155
Oczekiwania wobec HR Business Partnera .....	156
<b>Rozdział 5. Rozwój w roli HR Business Partnera</b> .....	158
Predyspozycje do roli HR Business Partnera .....	158
Talenty ważne dla HR Business Partnera .....	159
Kluczowe kompetencje HR Business Partnera .....	163
Kompetencje osobiste i społeczne .....	164
Kompetencje biznesowe .....	165
Kompetencje profesjonalne (specjalistyczne z obszaru HR) .....	165
Profil kompetencji HR Business Partnera .....	166
Ocena kompetencji HR Business Partnerów .....	170
Możliwości rozwoju kompetencji .....	175
Dwa modele rozwoju .....	179
Społeczność HR Business Partnerów .....	182
Chartered Institute of Personal Development .....	183
Polskie Stowarzyszenie HR Business Partner .....	184
Certyfikaty dla HR Business Partnerów .....	186
<b>Rozdział 6. Wdrożenie koncepcji w firmie</b> .....	188
Kiedy jesteśmy gotowi do budowania partnerstwa biznesowego? .....	189
Kultura organizacyjna .....	189
Kadra menedżerska .....	195
Ocena skuteczności i efektywności działań HR Business Partnera .....	196
Mierniki skuteczności działania procesów HR .....	198
Mierniki efektywności działania procesów HR .....	201
Wymiarowanie wskaźników .....	204

---

Narzędzia monitorowania .....	205
Korzyści z monitoringu wskaźników .....	207
Strategia/plan wdrożenia .....	208
Wyzwania biznesowe/rozwojowe organizacji .....	209
Kluczowe wyzwania dla polityki ZZL .....	210
Planowane i wdrażane działania .....	211
Monitoring .....	212
Wkład HR Business Partnera w budowanie efektywnych organizacji .....	213
Wiedza ekonomiczna dla HR Business Partnerów .....	217
Budżet .....	217
Koszty .....	218
Przychody (z projektów/procesów HR) .....	220
Zwrot z inwestycji .....	221
Czas zwrotu z inwestycji (BEP) .....	223
Wskaźnik rentowności kapitału ludzkiego (HCI – <i>Human Capital</i> <i>Index</i> ) .....	224
<b>Rozdział 7. Studia przypadków .....</b>	<b>225</b>
Zarządzanie efektywnością – pobożne życzenie czy realne oczekiwania? .....	225
Rynek celów .....	230
Zarządzanie talentami .....	236
Nowa funkcja w zderzeniu kultur organizacyjnych .....	242
Ograniczenie poziomu rotacji pracowników .....	248
<b>Bibliografia .....</b>	<b>257</b>
<b>Indeks .....</b>	<b>261</b>



---

# Wprowadzenie

---

Obszar zarządzania zasobami ludzkimi (ZZL), czyli – dla osób wolących anglojęzyczną wersję – *Human Resources Management* (HRM), jest niewątpliwie jedną z najbardziej fascynujących i dynamicznie rozwijających się sfer działalności zawodowej. Zakres zmian, z jakimi mamy do czynienia, jest wręcz zadziwiający, a perspektywy dotyczące najbliższej dekady bądź dwóch mogą okazać się po prostu przełomowe. Wynika to z synergii wielu czynników, zarówno wewnątrz licznych organizacji, jak i tych o charakterze zewnętrznym. Profesjonalizacja zarządzania, lawinowo rosnący dostęp do danych czy rewolucja ICT to tylko część źródeł tej zmiany. Nic zatem dziwnego, że w obszarze tym pojawiają się coraz to nowe koncepcje, modele i rozwiązania. Część z nich przemija niemal równie szybko jak się pojawia. Inne pozostają z nami dłużej. Są też i takie, które – jak się wydaje – na stałe wkomponowują się w krajobraz ZZL.

Coraz więcej też wskazuje na to, że jesteśmy świadkami małej rewolucji w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi. Tradycyjne działy HR realizujące rozmaite projekty związane z polityką personalną przechodzą powoli do historii. W to miejsce pojawiają się rozwiązania do niedawna uważane za ciekawostkę, a obecnie wskazywane dość powszechnie jako najlepsze praktyki. Jednym z takich właśnie rozwiązań jest niewątpliwie koncepcja HR Business Partnera. Jej podstawy zostały wypracowane przez wielu konsultantów i ekspertów HR, spośród których Dave Ulrich zdecydowanie wybił się na plan pierwszy. Często wręcz mówi się o „koncepcji Urlicha”, co zapewne tylko częściowo jest słuszne, może być jednak w pełni zrozumiałe, zważywszy na wkład tego autora w upowszechnianie omawianego modelu. U źródeł tej koncepcji leżą liczne, dość frustrujące obserwacje wskazujące na nieefektywne, a czasem nawet kontrproduktywne działania tradycyjnych służb HR. Ulrich i jego współpracownicy wskazali, że jeśli HR ma rzeczywiście przyczyniać się do sukcesu jakiejkolwiek organizacji, to należy całkowicie zmienić filozofię pracy stojącą za jego działaniami. Tak się bowiem złożyło, że w ciągu niemal 100 lat od czasu pojawienia się profesjonalnych służb HR w pewnym sensie wyalienowały się one z firm. Wypracowano w tym czasie mnóstwo mniej lub bardziej ciekawych rozwiązań i narzędzi, które zaczęły żyć własnym życiem.



Zapomniano przy tym trochę, że HR ma służyć całej organizacji w osiągnięciu jej celów. Najlepszą formą „służenia organizacji” jest, jak się często okazuje, wejście w rolę partnera tych, którzy tę organizację budują.

Można zatem powiedzieć, że HR Business Partnering to proces, w którym profesjonalści HR ściśle współpracują z liderami biznesu i/lub przełożonymi, aby osiągnąć wspólne cele organizacyjne. Cała reszta to kwestie techniczne, wskazujące, jak to partnerstwo budować i sensownie wykorzystywać. Z tej perspektywy oznacza to pełną restrukturyzację funkcji HR. Może ona przebiegać bardzo różnie w zależności od specyfiki organizacji, ale pewne podstawowe zasady wydają się względnie stałe. To na nich właśnie będą się koncentrować w następnych rozdziałach, licząc na to, że będą one filtrowane przez zdrowy rozsądek czytelników. Jest to istotne także dlatego, że większość danych z badań i znaczna część studiów przypadków pochodzi z rynku amerykańskiego oraz brytyjskiego. Wynika to z faktu, że w Polsce ciągle prowadzi się niewiele badań powiązanych z prezentowaną tematyką. Trudno także o dostęp do odpowiednich studiów przypadków. Większość z nich dotyczy wybranych projektów z dziedziny zarządzania zasobami ludzkimi i z największym trudem można je uznać za reprezentatywne dla HR Business Partneringu. Z tym większą przyjemnością będą korzystał z danych zaczerpniętych z polskich projektów badawczych (takich jak np. HR Biznes Trendy) czy też z praktyki własnej oraz zaprzyjaźnionych firm doradczo-szkoleniowych.

## Megatrendy wpływające na role i zadania HR

Zadania, wyzwania oraz coraz większe oczekiwania wobec HR Business Partnera powodują, że nie można już ograniczać swojego pola widzenia do własnej organizacji. Czasem trzeba wyjść z lasu, aby zrozumieć, jak on wygląda i co się z nim dzieje. Takie samo znaczenie ma zrozumienie podstawowych megatrendów kształtujących funkcjonowanie praktycznie każdej organizacji. HR Business Partner musi nie tylko pomagać we wdrażaniu zmian proponowanych przez kadrę zarządzającą, lecz także antycypować te zmiany i przygotowywać do nich organizację. Nie sposób tego zrobić, jeśli nie rozumiemy, co się dzieje wokół nas. Jak to trafnie ujęli K. Carrig oraz A. Onazuka Evans (w: Ulrich, Schiemann 2015, s. 103): „przyszłość HR kształtuje się poza obszarem HR”.

Wszyscy doskonale zdajemy sobie sprawę, że żyjemy w czasach dynamicznych przemian. Wiele zależy od naszej zdolności do przewidywania długofalowych kierunków tych procesów i ich wpływu na naszą rzeczywistość w perspektywie kilku, kilkunastu, a nawet kilkudziesięciu lat. Stosun-

kowo niedawno Komisja Europejska opublikowała raport „The Knowledge Future: Intelligent policy choices for Europe 2050” opracowany przez grupę ekspertów ds. prognozy transformacji europejskiego systemu wiedzy, kierowaną przez Richarda Hudsona. Autorzy przyjęli, że w okresie kolejnych 35 lat rozwijać się będą trzy podstawowe megatrendy o zasadniczym znaczeniu dla społeczeństw europejskich. Pierwszy z nich to postępująca globalizacja. Świat coraz bardziej będzie łączył społeczności, biznes i politykę. Rosnąca konkurencja, łatwość transferu wiedzy i usług oraz zasobność krajów nżej rozwiniętych sprawiają, że na znaczeniu zyskiwać będą przedsiębiorstwa i organizacje działające w skali globalnej. Drugi megatrend to zmiany demograficzne. W skali globalnej przewidywany jest dalszy wzrost populacji do prawie 10 miliardów osób w 2050 roku. Większość tego wzrostu przypadać będzie na ośrodki miejskie w krajach rozwijających się. Co ważne, w Europie zmiany demograficzne będą raczej skutkować starzeniem się społeczeństwa, wzrostem roli kobiet, mniejszymi rodzinami. Trzecim trendem wskazywanym przez autorów jest postęp technologiczny. Autorzy raportu przyjęli dość optymistyczne założenie, że postęp technologiczny, szczególnie w dziedzinie technologii informatycznych, będzie co najmniej równie szybki jak do tej pory. Jeśli dodamy jeszcze jeden aspekt, tak często podkreślany przez przedstawicieli biznesu, czyli rosnącą rolę innowacyjności i zmian, to tworzy się nam obraz niezwykle ciekawych przekształceń, z którymi tak czy inaczej przyjdzie się nam zmierzyć.

Przyjrzyjmy się nieco dokładniej tym trendom oraz sposobowi, w jaki mogą one wpłynąć na funkcjonowanie organizacji i zarządzanie zasobami ludzkimi.

## Zmiany

Niemal trywialne jest już stwierdzenie, że żyjemy w czasach dynamicznych zmian, a jedyne, co stałe, to zmiana właśnie. Zasadniczo nie sposób już znaleźć firmy, która nie przeszła jakiejś istotnej zmiany w ciągu ostatnich 24 miesięcy (zob. też dane przedstawione w rozdziale 4). Wiemy już doskonale, że zmiany nie tyle się wprowadza, ile wymagają one bardziej procesowego podejścia. Nie przypadkiem mówimy o zarządzaniu zmianą, a w krajach anglosaskich używa się sformułowania *transition management*, czyli w wolnym tłumaczeniu „zarządzanie procesem przemiany”. W odniesieniu do złożonych procesów zmian, które dotyczą nie tylko organizacji, ale także całych społeczeństw, jest to zdecydowanie lepsze określenie. Na temat zmian, ich przyczyn, sposobów radzenia sobie z nimi itd. napisano już setki, jeśli nie tysiące książek. Jest to też stały temat większości konferencji, nie tylko tych z obszaru HR. Ciągłe jednak procesy zmian są jednym z trudniejszych przed-

sięwzięć, przed jakimi może stanąć organizacja. Podstawowym zagadnieniem, któremu trzeba stawić czoła, jest kwestia motywacji i przewyciężenia oporu przeciw zmianom. Jak długo procesy zmian będą dotyczyć ludzi, tak długo będą po prostu trudne. Co można zrobić, by zmotywować pracowników do jeszcze większego wysiłku i zaangażowania? Jak radzić sobie z obawami, konfliktami i niechęcią? Od tego, jak odpowiemy na to pytanie, w dużej mierze zależy powodzenie przedsięwzięcia, przed jakim staje firma. Jeśli jednak zapytamy pracowników, co im przeszkadza w efektywnej pracy, to jednym z częściej podawanych powodów będą „ciągłe i bezsensowne zmiany”. Niezależnie od konieczności akceptacji ciągłych zmian, warto czasem się zastanowić, czy przypadkiem nie przesadzamy. Jeśli przesadzimy, to ryzykujemy, że pracownicy stracą poczucie stabilności, którego wszyscy w jakimś stopniu potrzebujemy, tak jak gruntu pod nogami w trakcie wyprawy w nieznane.

## Innowacje

Jeszcze niedawno niemal wszyscy mówili o decydującej roli nieustannych zmian. Należy jednak zauważyć, że w ujęciu organizacyjnym często nie chodzi nam o jakiegokolwiek zmiany (a przynajmniej nie powinno chodzić), lecz o zmiany ukierunkowane na poprawę sytuacji, a to oznacza innowacje. Oczywiście nie sposób utożsamiać (jeszcze) procesów zmian z innowacjami, choć to właśnie innowacyjność staje się jednym z głównych motorów zmian. Zmiany wymuszone – na przykład połączeniem dwóch organizacji – już dość dawno stały się pewnego rodzaju normą. Zmiany celowe, ukierunkowane na stworzenie nowej jakości, to prawdziwe wyzwania, przed którymi stają organizacje, a zatem także zespoły HR. Inaczej mówiąc, wyzwaniem staje się nie samo zarządzanie procesem zmian (z tym powinniśmy już sobie radzić), lecz zarządzanie procesami innowacyjności. Wraz ze zmianą reguł i kultury pracy zmieniać się będą czynniki decydujące o innowacyjności. W znacznym stopniu będzie ona miała społecznościowy charakter, firmy będą natomiast potrzebowały narzędzi pozwalających na wykorzystanie tej nowej formuły innowacyjności. Nie ulega wątpliwości, że sprawność w zakresie wprowadzania innowacji będzie odciskała swoje piętno na wszystkich organizacjach. Szczególnie jest to ważne w Polsce, która – jeśli chce przewyciężyć bariery średniego wzrostu – po prostu musi zbudować filary bardziej innowacyjnej gospodarki.

## Zmiana modelu pracy – praca 2.0 i 3.0

Jednym z ciekawszych aspektów otaczających nas zmian jest przekształcenie modelu pracy. Pod wpływem nowych technologii, globalizacji oraz ewo-

lucji systemów wartości i postaw społecznych zmieniają się mechanizmy decydujące o charakterze pracy, jej rozumieniu i możliwościach realizacji. Praca staje się coraz bardziej elastyczna, zmienna, uwarunkowana technologicznie i społecznościowa. Dlatego też coraz częściej mówi się o nowym modelu pracy 2.0. Model ten wydaje się szczególnie atrakcyjny i naturalny dla młodszych pokoleń pracowników, chociaż znajduje wielu entuzjastów praktycznie w każdej grupie wiekowej.

Podstawowe wyróżniki pracy 2.0:

- Koncentracja na wykorzystaniu potencjału (talentów i kompetencji) pracownika. Jeśli nie potrafimy tego zrobić, to po prostu marnujemy cenny dla organizacji zasób. Także dla samych pracowników coraz ważniejsze staje się to, by praca dawała możliwość wykorzystania i rozwoju ich potencjału.
- Dostępność i mobilność nie tylko pracowników, ale także samego sposobu realizacji zadań. Technologia umożliwia realizację zadań w sposób, który jeszcze niedawno wydawał się abstrakcyjny – niemal w dowolnym miejscu, czasie i układzie zespołowym. Oczywiście nie dotyczy to w takim samym stopniu wszystkich form pracy (np. produkcji), ale w sferze usług zdecydowanie idziemy w tym kierunku.
- Interaktywność. Mimo narzekań malkontentów dzisiaj znacznie łatwiej realizować zadania w zespołach, które mogą ze sobą być w kontakcie niemal 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu. Rośnie liczba spotkań i konsultacji (czasem aż za bardzo) i prawdopodobnie trend ten będzie się utrzymywał.
- Rozproszenie. To w pewnym sensie pochodna mobilności. Często nie wiemy ostatecznie, gdzie praca jest wykonywana (niby dlaczego miałyby to nas interesować?). Liczy się efekt, a nie czas spędzony na przykład w biurze.
- Hiperspecjalizacja. Przechodzimy od etapu specjalistów do etapu hiperspecjalistów znajdujących się na czymś wycinkowo, ale za to doskonale. Hiperspecjaliści rzadko będą zatrudniani (ani organizacji się to nie opłaca, ani oni sami nie są tym zainteresowani), lecz raczej wynajmowani do konkretnych zadań.
- Równoczesność i szybkość. Technologia, hiperspecjalizacja oraz rozproszenie powodują, że praca poszczególnych osób staje się wielowątkowa. Pracownicy uczestniczą w kilku projektach naraz i liczy się przede wszystkim tempo wykonywania poszczególnych zadań.
- Demokratyzacja uwidoczniająca się przede wszystkim w sposobie omawiania trudnych kwestii i podejmowania decyzji. Menedżer w większym stopniu będzie musiał polegać na wiedzy (hiper)specjalistów i mądrości zespołu.

- Transakcyjność polegająca głównie na rozumieniu pracy jako wymiany świadczeń. Nie chodzi tylko o sferę materialną, ale także zakres poleceń, kontaktów, wiedzy itd.

Nawiasem mówiąc, to ciekawe, jak wiele polskich firm jest świadomych tych trendów i już się do nich przygotowuje. Ich rozwinięcie może całkowicie przebudować rynek pracy. Będzie to jeden z ważniejszych egzaminów dla HR Business Partnerów.

## Nowe wartości pracowników

W świetle opisanych wcześniej trendów należy wspomnieć o jeszcze jednym – ciekawym i znaczącym dla funkcjonowania firm i rynku pracy, chociaż może nie tak spektakularnym jak na przykład migracje. Chodzi oczywiście o zmiany w systemach wartości zarówno pracowników, jak i pracodawców.

1. Nowe rozumienie pojęcia „kariera” jako możliwości pełnej realizacji swojego potencjału oraz zainteresowań (łączenie pasji z pracą).
2. Większe znaczenie niezależności, przejawiające się między innymi w chęci do samozatrudnienia.
3. Wzrost znaczenia jakości życia – praca coraz rzadziej jest i będzie postrzegana jako wartość sama w sobie. Szczególnie młodsze pokolenia pracowników będą szukać takiej pracy, która podnosi jakość ich życia, a przynajmniej jej nie ogranicza. Dlatego też będzie rosła preferencja na przykład elastycznego czasu pracy.
4. Relacyjność będzie ważniejsza niż konkurencyjność, przynajmniej w ramach organizacji, chociaż – jak się wydaje – trend ten będzie dotyczył w coraz większym stopniu całego rynku. Mówienie o firmach „konkurencyjnych” jak o wrogach staje się *passé*.
5. Tolerancja odmienności, dotycząca zarówno ludzi (poglądów, pochodzenia itd.), jak i sposobów wykonywania pracy, relacji między pracownikiem a pracodawcą.

Pojawiają się eksperci, którzy twierdzą, że najbliższe lata będą charakteryzowały się rosnącym znaczeniem pracowników, których można opisać jako  $3 \times T$ : talent, technologia i tolerancja.

## Nowe wartości organizacji

Zmieniają się także wartości ważne dla organizacji. Dominuje ciągle paradygmat efektywności (o czym szerzej w następnych rozdziałach), ale rośnie też zrozumienie, że „brutalne” dążenie do efektywności na dłuższą metę jest po prostu kontrproduktywne. Coraz więcej organizacji rozumie, że funk-

cjonuje w szerszym kontekście i koncentracja na „walce o rynek” może je doprowadzić do ślepego zaułka.

Tym, co ważne dla coraz większej liczby firm, jest:

1. Pozytywny wizerunek. Nie tylko dla klientów, ale także dla innych grup interesariuszy ważne jest, z kim mają do czynienia, jak postrzegana jest firma, z którą są w jakiś sposób powiązani. Dlatego firmy muszą dbać o swój wizerunek i jego kształtowaniu poświęcać coraz więcej uwagi.
2. Społeczna odpowiedzialność (CSR – *Corporate Social Responsibility*). CSR w Polsce początkowo była postrzegana jako rodzaj ciekawostki. Powoli jednak firmy doceniają to, że przyczyniając się do przestrzegania prawa oraz dbałości o środowisko, zdrowie czy też rozwój społeczności lokalnej, w dłuższej perspektywie dbają także o siebie.
3. Tożsamość lokalna. To ciekawa tendencja idąca trochę wbrew trendom globalizacyjnym. Okazuje się, że firmy – nawet te globalne – są lepiej postrzegane, jeśli są identyfikowane jako „nasze”. Patriotyzm kliencki powoduje, że na rynku polskim firmy, takie jak Carrefour czy Jeronimo Martins, szukają sposobów pokazania, jak bardzo są powiązane z Polską. To oczywiście tylko przykłady; tendencja ta dotyczy wielu korporacji.

Niektórzy sądzą, że to ciągle niewiele, jednak zmiany te idą w bardzo dobrym kierunku, co powoduje, że organizacje przestają działać wyłącznie w oparciu o „pazerną efektywność”.

## *Gig Economy*

*Gig Economy* to jedna z ciekawszych tendencji na rynku pracy. Polega na uczestnictwie w rynku pracy i generowaniu dochodu za pomocą tzw. gigów – pojedynczych projektów, których podejmują się pracownicy, dzieląc się swoimi umiejętnościami. Opiera się ona na pracy niezależnych, samozatrudnionych pracowników. W tym przypadku możemy mówić o zasadniczej zmianie relacji między pracownikiem a pracodawcą. Już teraz obserwujemy tendencję do przechodzenia znacznej części pracowników na czasowe umowy o dzieło. W Polsce częściowo wynika to z uregulowań prawnych i powiązanych z nimi możliwości finansowych, jednak wydaje się, że może to być znacznie szersze zjawisko. Okazuje się bowiem, że coraz bardziej atrakcyjnym modelem zatrudnienia – szczególnie dla stosunkowo młodszych pracowników – jest funkcjonowanie na zasadzie freelancera, „wolnego strzelca” lub niezależnego przedsiębiorcy. Świadczyć o tym może między innymi liczba powstających start-upów, z których wiele pozostaje jedno- lub kilkuosobowymi działalnościami gospodarczymi. Zjawisko to dotyczy niemal wszystkich bardziej rozwiniętych gospodarek. W Polsce jest



ono i tak stosunkowo nieznacznie nasilone. W krajach, takich jak Wielka Brytania, Irlandia, Australia, Kanada czy kraje skandynawskie, liczba start-upów w przeliczeniu na liczbę mieszkańców jest niepomiaralnie większa. Kształtowanie się nowych preferencji społecznych dotyczących relacji zawodowych na linii pracownik – organizacja potwierdzają również wyniki badań – także tych realizowanych w Polsce. Według raportu „Praca: Scenariusze Przyszłości” (Hatałska, 2017) aż 29% osób wchodzących na rynek pracy wymienia „elastyczność form współpracy z pracodawcą/zleceniodawcą” jako najistotniejszą cechę pożądaną pracy. Ma to kluczowe znaczenie, szczególnie dla tzw. pokolenia milenialsów i generacji Z. Wydaje się zatem, że ten trend społeczno-ekonomiczny jest już powszechny, a jego znaczenie prawdopodobnie będzie rosło w najbliższych latach. Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD) – największa brytyjska organizacja zrzeszająca specjalistów HR – szacuje, że do 2030 roku 40% wszystkich pracowników w Wielkiej Brytanii będzie pracowało zdalnie, w większości bez stałej umowy z jakąkolwiek firmą. Z kolei według raportu Infuture liczba niezależnych specjalistów w latach 2008–2015 wzrosła w UE o jedną czwartą (24%) – z 7,7 mln do 9,6 mln. To olbrzymi, a co najważniejsze – stabilny wzrost. Wszystko też wskazuje na to, że będzie on przybierał na sile w następnych latach. W sposób oczywisty tendencja ta wpływa nie tylko na zakres poświadczonych, a nawet niezbędnych kompetencji (współ)pracowników, lecz także na rolę i zadania HR Business Partnera. Dla nowych współpracowników kluczowego znaczenia nabierają umiejętności pracy w zespołach o charakterze projektowym, innowacyjność oraz gotowość do stałego rozwoju. HR Business Partnerzy muszą z kolei zastanowić się nad takimi kwestiami, jak budowanie kultury organizacyjnej (jak na przykład zachęcić współpracowników niezatrudnionych w firmie do przestrzegania wartości i standardów pracy), projektowanie programów rozwojowych (czy zapraszać do nich współpracowników) czy też zarządzanie talentami (czy inwestować w talenty współpracowników, skoro nie mamy gwarancji, że zostaną z nami dłużej?).

## Demografia

Demografia właściwie zawsze miała zasadniczy wpływ na to, jak funkcjonują społeczeństwa. Przyrost ludności to z jednej strony możliwość dynamicznego rozwoju gospodarczego, a z drugiej ryzyko bezrobocia i niepokoju społecznych. Obecnie jednak – szczególnie w krajach lepiej rozwiniętych gospodarczo – mamy do czynienia z zupełnie innymi zjawiskami: niskim poziomem urodzeń skutkującym kurczeniem się rynku pracy, starzejącym się społeczeństwem oraz migracjami ludności.

## Starzejące się społeczeństwa

Starzejące się społeczeństwa to wyzwanie nie tylko dla polityków i ekonomistów odpowiedzialnych między innymi za system emerytalny. To także ciekawa sytuacja dla firm. Warto zauważyć, że nie tylko średni wiek pracowników będzie się zmieniał. Zmienia się także gotowość, a nawet oczekiwania dotyczące długości czasu pracy. Jesteśmy coraz starsi, ale jednocześnie coraz zdrowsi w większości przedziałów wiekowych. Sprawny sześćdziesięcio-, a nawet siedemdziesięciolatek właściwie nikogo już nie dziwi. Niedługo zapewne nie będą też dziwili sprawni zawodowo osiemdziesięciolatekowie. Coraz częściej osoby takie nie tylko chcą dalej pracować (choćby po to, by wypełnić sensownie swój czas lub czuć się użytecznym), ale też szukają nowych możliwości. Nowe studia w wieku 50 lat, przekwalifikowanie w wieku przedemerytalnym, prowadzenie własnej działalności gospodarczej lub działalność w organizacjach non-profit po sześćdziesiątce stają się normą. Trendy te już zaczynają w zasadniczy sposób wpływać na politykę ZZL w wielu organizacjach. Mimo rosnącej gotowości oczywiste jest, że pracownik mający 60 lub 70 lat potrzebuje innego typu i innej organizacji pracy. W sposób zadziwiająco zgodny wkomponowuje się to w opisywany wcześniej model pracy 2.0. Możliwość pracy zdalnej, czasowej, kontraktowej itd. sprzyja wykorzystaniu potencjału starszych pracowników. Trzeba się tylko tego nauczyć. Zarazem jednak starzejące się społeczeństwo to także ubywanie pracowników w pewnych zawodach, na przykład wymagających sprawności fizycznej. Technicy, budowlańcy, ochrona, służby mundurowe i wiele zawodów powiązanych z usługami to profesje, dla których będzie coraz trudniej znaleźć nowych pracowników. Co gorsza, w niektórych z nich trzeba wielu lat praktyki, aby dojść do odpowiedniego poziomu. Na wykształcenie elektroenergetyka wysokich napięć trzeba zwykle kilkunastu lat, a bez nich nie da się realizować infrastrukturalnych projektów energetycznych. Oznacza to, że rośnie ryzyko pojawiania się lub pogłębiania tzw. luk pokoleniowych, kiedy to „starsi” pracownicy już szykują się do odejścia, a „młodszy” nie są jeszcze gotowi do pracy. Dla wielu firm jest to wyzwanie w rodzaju „być albo nie być”.

## Migracje

Migracje ludzi występowały właściwie zawsze. Różne były ich przyczyny, różna skala, ale rezultat niemal zawsze taki sam – nowe szanse, lecz też nowe zagrożenia. W spektakularny sposób temat migracji dotyka obecnie społeczeństw europejskich. W sferze zawodowej migracje mają zdecydowanie więcej pozytywnych stron niż w sferze społecznej.



Po pierwsze, pozwalają one na uzupełnianie braków (przynajmniej w jakimś stopniu) w zawodach, które szczególnie są dotknięte skutkami starzenia się społeczeństwa. Jest to jednak możliwe głównie w tych krajach, które prowadzą świadomą politykę migracyjną. Nie jest na przykład tajemnicą, że kraje skandynawskie „podkupują” polskich lekarzy, a firmy niemieckie drenują polski rynek pracowników techniczno-inżynierskich. W Polsce z powodu braku długofalowej polityki migracyjnej firmy zwykle są pozostawiane same sobie, co stawia je w niezwykle trudnej sytuacji.

Po drugie, migracje w sposób nieunikniony i znaczący przyczyniają się do budowania różnorodności wewnątrz organizacji. Przestali nas już dziwić lekarze o odmiennym kolorze skóry, informatycy mówiący różnymi językami czy też sprzedawcy z wyraźnym wschodnim akcentem. Od nas zależy, czy kwestia różnorodności stanie się naszym problemem, czy szansą, którą będziemy w stanie wykorzystać.

## Globalizacja

Właściwie już wszyscy przyzwyczailiśmy się do tego pojęcia i zapewne zgadzamy się z tezą, że proces globalizacji systematycznie postępuje. Chińska fabryka samochodów w Szwecji – proszę bardzo. Wietnamskie firmy handlowe i transportowe w Polsce – nikogo już nie dziwią. Polskie jabłka w Japonii i Tajlandii – już są. Coś, co jeszcze kilka dekad temu wydawało się ciekawostką, staje się dziś chlebem powszednim. Mimo to nie wszyscy chyba zdajemy sobie sprawę z konsekwencji, jakie procesy globalizacyjne mają i będą mieć na funkcjonowanie organizacji. Przyjrzyjmy się pokrótce tylko wybranym zagadnieniom.

## Poszerzenie rynków pracy

To przede wszystkim szansa dla nowych pokoleń pracowników. Międzynarodowe firmy w Polsce to także dla pracowników nowe możliwości zdobywania doświadczeń w korporacjach. Otwarcie rynków pracy powoduje, że polscy absolwenci i pracownicy coraz łatwiej nie tylko znajdują pracę za granicą, ale też robią tam karierę. Jednocześnie coraz więcej pracowników z takich krajów, jak Ukraina, Hiszpania, Włochy czy nawet Francja, właśnie w Polsce rozpoczyna (bądź kontynuuje) swoją karierę. I nie chodzi już tylko o stanowiska kierownicze. Te możliwości to także szanse i wyzwania dla organizacji. Możemy bowiem pozyskiwać pracowników niemal z całego świata, ale musimy też liczyć się z tym, że jeśli

znajdą oni lepszą okazję, na przykład w Irlandii lub Australii, to po prostu z niej skorzystają.

## **Praca w międzynarodowym środowisku**

Globalizacja w sposób oczywisty powoduje, że coraz więcej przedsięwzięć i projektów jest realizowanych przez zespoły różnych narodowości. Powoli przyzwyczajamy się do tego, że szef z Danii pracuje z zespołem informatyków z Polski, grafików z Włoch i product managerem ze Stanów Zjednoczonych. Na pierwszy rzut oka wygląda to ciekawie, tego rodzaju praca stawia nas jednak przed zupełnie nowymi wyzwaniami. Jak pogodzić różne style/kultury pracy? Jak zintegrować i zmobilizować zespół, który być może nigdy się nie spotka „fizycznie”? Jak rozwiązywać konflikty? To tylko niektóre kwestie, z którymi mierzą się firmy oraz, co oczywiste, przedstawiciele HR.

## **Rosnące znaczenie międzynarodowych korporacji**

Wszyscy już zapewne mamy wrażenie, że korporacje są wszechobecne. Wiele wskazuje, że tendencja ta będzie się rozszerzać – czy nam się to podoba, czy nie. Dobrym przykładem są sieci handlowe. Marki, takie jak Carrefour czy IKEA, można znaleźć niemal na całym świecie i wszędzie powoli, lecz skutecznie wypierają one lokalnych przedstawicieli swojej branży. Korporacje to także pewne możliwości (i ograniczenia) związane z polityką personalną. Dostęp do globalnych, najlepszych rozwiązań i narzędzi daje możliwości, których długo nie mielibyśmy, pracując w małej firmie. Wielki biznes to jednak często długotrwałe procesy decyzyjne i pewna inercja we wdrażaniu nowinek. Z tym też trzeba się zmierzyć.

## **Konkurowanie o klienta**

Przez wiele dekad to producenci wszelakich dóbr „rządzili rynkiem”. Jeśli produkt był dobrej jakości, to klient był zadowolony. Od jakiegoś czasu jednak produkcja stała się jakby łatwiejsza, a panem sytuacji jest klient, który chce mieć dany towar „tu i teraz”. Co więcej, cechy wielu produktów i usług są tak podobne, że przeciętny klient po prostu nie widzi różnicy. Klucz do sukcesu leży w relacjach, jakie uda się zbudować z odbiorcami. Oznacza to, że wygrywają i wygrywać będą te organizacje, które w całości (a nie tylko w dziale marketingu, sprzedaży i dystrybucji) są zorientowane na klienta. To ciągle dla wielu pracowników zupełnie nowy punkt widzenia, a dla HR niezwykle ciekawe i trudne wyzwanie.

## Technologie informatyczne oraz automatyzacja

Wszyscy jesteśmy świadkami nie tylko rosnącego wykorzystania nowoczesnych technologii informatycznych, telekomunikacyjnych i internetu, lecz także rewolucyjnych zmian w zakresie automatyzacji i robotyzacji pracy. Coraz bardziej zresztą oba obszary zbliżają się do siebie. Wielu ekspertów przewiduje, że najbliższe lata będą okresem rewolucji wirtualnej rzeczywistości, inteligentnych obiektów (*smart things*), sztucznej inteligencji (*artificial intelligence* – AI) oraz automatyzacji. Przykłady można by mnożyć – jednym z nich jest rosnąca rola i wykorzystanie wirtualnej rzeczywistości. Rynek wirtualnej rzeczywistości należy do najdynamiczniej rozwijających się rynków. Jeszcze niedawno wynalazki, takie jak Oculus Rift (okulary do wirtualnej rzeczywistości), były ciekawostką. Teraz szacuje się, że dochód ze sprzedaży tych okularów w 2019 roku wyniesie kilka miliardów dolarów, a w ciągu najbliższej dekady szybki wzrost wartości oprogramowania i akcesoriów przekroczy wartość rynku telewizji (niektóre szacunki mówią o 150 mld dolarów w 2020 roku). Możliwości wykorzystania technologii wirtualnej rzeczywistości w organizacjach każdego typu jest nieskończenie wiele. Może sprawdzić się na przykład w projektowaniu nowych urządzeń, realizacji wielu zadań zawodowych oraz w procesach komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej (inna forma spotkań online).

### Stare vs. nowe zawody

Jedną z podstawowych konsekwencji wkraczania technologii informatycznych i powiązanych z nimi procesów automatyzacji pracy będzie niewątpliwie zmiana w strukturze zawodów wypieranych i pojawiających się na rynku pracy. Już teraz jesteśmy świadkami stopniowego zastępowania kasjerów, księgowych czy pracowników centrów obsługi klientów przez systemy technologiczno-informatyczne. Niedługo należy się spodziewać, że taksówkarze, kierowcy ciężarówek, część lekarzy (szczególnie w diagnostyce), a także prawników będzie zastępowana przez systemy oparte na AI i big data. W 2019 roku, czyli w chwili pisania tej książki, szacuje się, że około 10% zawodów można niemal w 100% zautomatyzować, a proporcje te będą się powoli, ale nieustannie zmieniać. Polska należy przy tym do krajów, gdzie praca jest w znacznej mierze oparta na działaniach, które można zastąpić rozwiązaniami technologicznymi i informatycznymi. Marnym pocieszeniem jest fakt, że w krajach, takich jak Rosja, Turcja, a nawet Włochy, jest jeszcze gorzej. Z drugiej strony szacuje się, że 60% dzieci rozpoczynających teraz edukację będzie pracowało w zawodach, których jeszcze nie ma! Wszystko to oznacza, że najprawdopodobniej będziemy świadkami

dynamicznych i głębokich zmian na rynku pracy. W oczywisty sposób stawa to nowe wyzwania dla HR Business Partnerów. Musimy bowiem skutecznie uczyć naszych pracowników zupełnie nowych kompetencji, takich, które mogą być przydatne nie tylko tu i teraz, lecz także w perspektywie co najmniej kilku następnych lat. Co więcej, należy także liczyć się z tym, że klasyczne ścieżki karier w organizacji powoli będą przechodziły do lamusa. Już dziś nie wiemy na przykład, w jakim stopniu kadra menedżerska zostanie ograniczona na rzecz systemów wspierających samoorganizujące się zespoły. Także oczekiwania zarządów mogą się wyraźnie zmieniać, gdyż zapewnienie firmie odpowiednich pracowników, o unikalnych w danej chwili kompetencjach, będzie w coraz większym stopniu kwestią „być albo nie być” dla organizacji.

### Nowe funkcje internetu

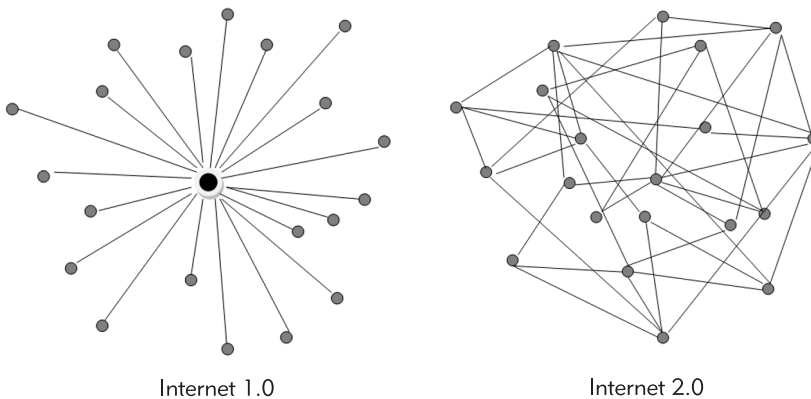
Szczególnie ciekawa jest też koncepcja rozwoju internetu w kierunku specjalistycznych sieci społecznościowych. Internet ze swej natury jest siecią, do tej pory dominują w nim jednak centra wiedzy i połączeń. Większość z nas – jeśli chce się czegoś dowiedzieć z internetu – szuka zapewne odpowiednich informacji poprzez Google lub inną wyszukiwarkę. Jeśli coś ciekawego znajdziemy, to ewentualnie eksplorujemy źródła tych informacji. Niepostrzeżenie jednak coraz ważniejszym medium wymiany informacji (nie tylko osobistych) stają się grupy społecznościowe. Jest to zresztą przejaw pewnej szerszej tendencji do ich tworzenia. Firmy na przykład tworzą klastry, aby dzięki współpracy – nawet z konkurencyjnymi przedsiębiorstwami – zyskać większy wpływ na otaczającą je rzeczywistość. W ten sposób powstają coraz prężniej działające zawodowe grupy społecznościowe informatyków, inżynierów, menedżerów różnych specjalności itd. Ich wpływ na funkcjonowanie zarówno poszczególnych osób czy organizacji, jak i całego rynku pracy będzie zdecydowanie rósł.

Co to może w praktyce oznaczać dla procesów realizacji pracy w organizacji? Zdaniem Josha Bersina (2018, s. 4) mamy do czynienia z następującymi zjawiskami:

- Zatarcie barier między pracą a życiem osobistym. Te sfery życia już się przenikają, a proces ten będzie się pogłębiał. Część pracy jest i coraz częściej będzie wykonywana w domu (lub innym „prywatnym” miejscu), ale także życie osobiste będzie coraz mocniej wkraczało do pracy.
- Natychmiastowa dostępność danych. Firmy zyskują bezpośredni dostęp do danych dotyczących pracowników (co robią, jakie są efekty ich pracy, gdzie się znajdują itd.). Jednocześnie także pracownicy zyskują

dostęp do danych firmowych (opracowania, plany, dane kontaktowe) 24 godziny na dobę przez siedem dni w tygodniu.

- Wzrost mobilności zawodowej, szczególnie wśród młodych pracowników. Zwyczajną sytuacją staje się zmiana pracy co 12–24 miesiące. Nie musi to być spowodowane złymi warunkami pracy czy brakiem lojalności, lecz naturalną chęcią próbowania zrobienia kariery w różnych miejscach.
- Nowy model lidera, który musi sobie radzić z zespołem (lub zespołami), często głównie wirtualnym, dostępnym poprzez internet. To zupełnie nowa jakość zarządzania.
- Wzrost wpływu technologii i narzędzi internetowych na sposób komunikowania się i budowania relacji z innymi osobami oraz organizacjami. Coraz częściej tworzymy spontaniczne, niescentralizowane sieci komunikacyjne, ukierunkowane na poradzenie sobie z konkretnymi zagadnieniami.



Źródło: opracowanie własne.

### Ilustracja 0.1. Porównanie modeli internetu

Co zatem należy zrobić i o co zadbać, aby wyjść naprzeciw tym zmianom? Zapewne nie ma jednej recepty, ale kilkoma sugestiami niewątpliwie można się podzielić.

1. Zadbajmy o to, aby nasza organizacja wykorzystywała nowoczesne technologie już teraz. W każdym możliwym obszarze działalności – także (a może przede wszystkim) w HR. Odkładanie tego na później tylko pogłębia przepaść między tym, co można byłoby zyskać dzięki tym technologiom, a tym, gdzie jesteśmy. Później możemy po prostu już nie

mieć szansy. Oczywiście wymaga to sporego wysiłku, ale potencjalne korzyści są zdecydowanie większe.

2. Jak najszybciej nauczymy się korzystać z rozwiązań pozwalających na prowadzenie analiz na dużych danych (*big data*). Jeśli sami (na razie) takich analiz nie prowadzimy, to przynajmniej znajdziemy zewnętrznych partnerów, którzy mogą nam w tym pomóc. Możemy też wykorzystywać dane zbierane i systematyzowane przez innych. W dynamicznie rozwijającym się nurcie HPI (*Human Performance Improvement*) jedną z podstawowych zasad jest przyjęcie pewnej doktryny, którą można streścić stwierdzeniem: *In God we trust, all other needs data* („Ufamy Bogu, a wszystko inne wymaga danych”). Im szybciej wdrożymy ten sposób myślenia, tym lepiej.
3. Wykorzystujemy potencjał kryjący się w społecznościowych działaniach za pośrednictwem platform internetowych. To ogromna szansa na zdobywanie nowej wiedzy, inspiracji i dzielenie się najlepszymi praktykami. Teraz już nie musimy czekać, aż ktoś zdecyduje się napisać książkę lub opisać jakieś studium przypadku. Dzięki specjalistycznym portalom społecznościowym tę wiedzę możemy mieć „tu i teraz”.
4. Do rozwoju naszych osobistych szans wykorzystajmy rozkwit technologii i internetowych sieci społecznościowych. Pamiętajmy, że podobne procesy dotyczą większości ról zawodowych, co prowadzi w wielu przypadkach do wspomnianej hiperspecjalizacji. Inaczej mówiąc, łatwiej możemy stać się ekspertem w swojej dziedzinie, a jeśli tak, to łatwiej wejść w rolę konsultanta, doradcy dla partnerów biznesowych (wewnętrznych bądź zewnętrznych). To od nas w znacznym stopniu zależy, czy będziemy w stanie wykorzystać tę szansę.

## Podsumowanie

Możemy oczywiście przyjąć postawę obserwatora i twierdzić, że nie mamy wpływu na to, w jaki sposób i kiedy megatrendy będą oddziaływać na naszą pracę. Jeśli jednak chcemy budować swoją pozycję jako partnera biznesowego, to już teraz powinniśmy myśleć nie tylko o megatrendach, lecz przede wszystkim o tym, jakiego rodzaju wyzwania stawiają one naszym organizacjom i nam samym.

MEGATRENDY	MOŻLIWE WYZWANIA
Zmiany i innowacje	Pozyskiwanie pracowników o odpowiednim potencjale. Właściwe wynagradzanie i systemy motywacyjne. Zapewnienie odpowiednich form rozwoju potencjału.

MEGATRENDY	MOŻLIWE WYZWANIA
<b>Demografia</b>	Wzmacnianie potencjału pracowników. Zarządzanie talentami. Zapewnienie sukcesorów.
<b>Globalizacja</b>	Zarządzanie różnorodnością. Zarządzanie wiedzą. Wykorzystanie (nowoczesnych) technologii.
<b>Rozwój technologii</b>	Atrakcyjne warunki pracy. Zarządzanie (strategicznymi) zmianami i innowacyjnością. Jakość pracy i życia.

Źródło: opracowanie własne.

**Ilustracja 0.2.** Wybrane wyzwania wynikające z megatrendów

# Czas na zmiany

---

## Dlaczego firmy nie potrzebują już działów HR?

Przyjmujemy za pewnik, że zdecydowana większość organizacji potrzebuje profesjonalnej polityki zarządzania zasobami ludzkimi. W dobie rosnącego dostępu do zasobów, technologii, a nawet finansów, tym, co decyduje o końcowym sukcesie lub porażce, są właśnie ludzie, z którymi się wiążemy. Takie myślenie niemal wprost prowadzi do wniosku, że potrzebujemy także odpowiednio przygotowanych specjalistów z zakresu *Human Resources* – czyli HR-owców. To oni właśnie powinni być w stanie zagwarantować profesjonalną realizację zadań wynikających z szeroko rozumianej polityki personalnej. Zgodnie z tym przekonaniem rzeczywiście możemy obserwować rosnącą liczbę osób zatrudnionych w działach HR i coraz więcej różnego rodzaju inicjatyw podejmowanych przez te działy. Czy jednak na pewno jest to najlepsze możliwe rozwiązanie? Zastanówmy się nad tym przez chwilę.

Od wielu już lat toczy się dyskusja dotycząca rzeczywistej roli działów HR w organizacjach. Można wręcz powiedzieć, że mamy do czynienia z pewnego rodzaju schizofreniczną sytuacją. Z jednej strony działy HR dynamicznie się rozwijają, a z drugiej ocena ich wkładu w rozwój organizacji – delikatnie mówiąc – jest kwestią problematyczną.

Dane zebrane w wyniku badania firmy BambooHR w 2015 roku (*How far have we come? The state of strategic HR*) wskazują, że:

- O ile 85% profesjonalistów HR jest przekonanych o znaczeniu wspierania organizacji w budowie i wdrażaniu strategii rozwoju, o tyle zaledwie 27% menedżerów HR uczestniczy w takich działaniach. Oznacza to, że mimo ewidentnych aspiracji do podejmowania strategicznych wyzwań kadra menedżerska HR nie jest do nich zapraszana. Rodzi to naturalną frustrację graniczącą z poczuciem dyskryminacji. Jest to też całkowicie zgodne z naszymi obserwacjami. Bardzo często w działaniach doradczych spotykamy się z sytuacją, że dyrektorzy i kierownicy różnych zespołów HR wyrażają poczucie swoistego wyalienowania, bycia wpychanymi w odtwórcze zadania.



- Mniej niż 50% menedżerów liniowych jest przekonanych, że specjaliści HR pomagają im w pracy. Jest to o tyle zastanawiające, że praktycznie wszystkie działania HR należą do procesów wsparcia. Oznacza to między innymi, że ich kluczową rolą jest właśnie wspieranie podstawowych procesów nadzorowanych przez menedżerów liniowych. Można wręcz zaryzykować twierdzenie, że specjalista HR jest (lub powinien być) na usługach pozostałej kadry menedżerskiej. Jeśli ponad połowa reprezentantów tej grupy nie jest zadowolona z „usług” HR, to należy głośno bić na alarm. Która firma byłaby w stanie dobrze funkcjonować, jeśli jedynie 50% klientów byłoby z niej zadowolonych?
- Tylko 13% menedżerów potwierdza, że HR całkowicie spełnia ich oczekiwania i potrzeby. Jest to potwierdzenie trendu przedstawionego wyżej. Ponownie można by się zastanowić nad tym, czy organizacja mogłaby działać, gdyby tylko 13% klientów było w pełni zadowolonych z jej usług.

Już te przytoczone dane mogą wskazywać, że wcale nie jest tak dobrze, jak byśmy chcieli. Można oczywiście założyć, że wynika to ze słabego przygotowania „służb HR” do swojej roli. Tezę tę jednak z trudem można by obronić, gdyż niewiele grup zawodowych tak intensywnie rozwija się zawodowo jak właśnie specjaliści i menedżerowie HR. Dotyczy to zarówno rynku polskiego, jak i większości innych rozwiniętych i rozwijających się państw.

Z danych zbieranych przeze mnie w trakcie zajęć prowadzonych na studiach podyplomowych dla menedżerów HR i HR Business Partnerów oraz Executive MBA wynika, że:

- Niewielka część menedżerów HR ma pewność, że ich zespoły mają wszelkie kompetencje biznesowe potrzebne do sprostania wyzwaniom biznesu. Okazuje się, że aby im sprostać, należy przede wszystkim ten biznes dobrze rozumieć. Tymczasem, jak można zrozumieć produkcyjne procesy technologiczne, nie mając podstawowej wiedzy technicznej? Jak mamy wspierać dział IT, jeśli nie znamy procesu przygotowywania i/lub wdrażania rozwiązań informatycznych? Pytania tego typu można by oczywiście mnożyć, ich istota pozostaje jednak taka sama: jak ludzie spoza biznesu mogliby pomóc w usprawnieniu procesów biznesowych?
- Mniej więcej połowa zarządzających uważa, że zespoły HR nie dostarczają oczekiwanych wyników. Znowu można by się zastanawiać, co by się stało na przykład z zespołem sprzedaży, który zdaniem zarządu nie realizowałby stawianych przed nim „targetów”. W wielu przypadkach oznaczałoby to znaczące zmiany personalne i/lub organizacyjne. Tymczasem HR często broni się w sposób, który jeszcze bardziej pograża jego wiarygodność, wykazuje bowiem, że zadania i cele HR są niewy-

mierne, a więc trudno jednoznacznie stwierdzić, że coś się nie udało. Dla wielu zarządów jest to jedno z bardziej kuriozalnych tłumaczeń, które tym bardziej każe im się zastanawiać: „Czy aby na pewno potrzebujemy działu HR, skoro wiemy, ile kosztuje, ale nie możemy się dowiedzieć, co w zamian zyskujemy?”.

- W zależności od branży od 40 do ponad 90% specjalistów HR odgrywa raczej rolę wyrobników pomagających w realizacji konkretnych przedsięwzięć polityki personalnej, takich jak rekrutacja, szkolenia pracowników itd. To być może nie jest zarzut wprost, ale czy na pewno potrzebujemy działu HR po to tylko, by prowadził potrzebne nam szkolenia, rekrutacje itd.? Czy nie łatwiej byłoby wynająć do tego celu firmy zewnętrzne? Może byłoby to nawet tańsze, a jakość usługi wyższa? Doświadczenia wielu organizacji niestety potwierdzają te wątpliwości. Bardzo często specjaliści HR okazują się raczej specjalistami od dość wąskich, technicznych kwestii, takich jak przygotowanie i realizacja systemu ocen, prowadzenie projektów szkoleniowych itd. Jeśli jednak zaczynamy myśleć o takich zagadnieniach, jak przełożenie podejmowanych działań na konkretne efekty, to z reguły decydującą rolę w dyskusji odgrywa kadra menedżerska i zarządzająca. Można zatem zaryzykować stwierdzenie, że gdybyśmy znaleźli inne rozwiązania wspierające menedżerów i kadre zarządzającą w profesjonalnym prowadzeniu kluczowych procesów HR, to specjaliści z tego zakresu mogliby okazać się zbędni! Ta nieco obrazoburcza teza staje się przyczynkiem do dość istotnych zmian, które od dłuższego czasu obserwujemy na rynku usług HR.

Sytuacja ta ma wiele konsekwencji dla środowiska osób zajmujących się szeroko rozumianą problematyką zarządzania zasobami ludzkimi.

Po pierwsze – dynamicznie i coraz wyraźniej zmieniają się oczekiwania wobec specjalistów HR i ich roli w organizacji. Coraz więcej firm jest zainteresowanych wprowadzeniem funkcji HR Business Partnera jako osoby bardziej odpowiedzialnej (i rozliczanej) za „ludzką stronę” funkcjonowania firmy (lub jej działów) niż za wdrażanie takich czy innych rozwiązań HR. To ewidentnie próba odrzucenia negatywnych wzorców i barier, które powstały na linii HR–reszta organizacji.

Po drugie – kadra menedżerska coraz częściej wchodzi w obszar działań niedawno przypisywanych właśnie specjalistom HR. Nikogo już nie dziwi menedżer działający jako coach lub trener. Coraz częściej menedżerowie zostają asesorami w *Assessment/Development Center*. Niedługo powszechne będzie budowanie przez nich ścieżek kariery oraz diagnozowanie talentów wśród pracowników. Wraz ze zrozumieniem znaczenia roli menedżera w rozwoju potencjału i zaangażowania pracowników rośnie zainteresowanie „ludzką stroną zarządzania”.

HR Business Partner to osoba, która współpracując z kierownictwem organizacji, projektuje i wdraża rozwiązania z zakresu zarządzania kadrami, tak aby wspomagać realizację celów strategicznych firmy.

Autor w przystępny i praktyczny sposób przedstawił:

- istotę koncepcji HR business partneringu,
- role i zadania HR business partnera,
- budowanie pozycji HR business partnera w organizacji i jej rozwój,
- wnioski z badań,
- przykłady najlepszych praktyk.

Lektura książki może przyczynić się do podjęcia kluczowych decyzji dotyczących zmiany funkcjonowania całego obszaru HR w organizacji. Jest to przewodnik wskazujący optymalne rozwiązania w procesie zmiany roli specjalistów HR w kierunku HR Business Partnerów.

Opracowanie to powinno zainteresować wszystkie osoby, które kształtują czynniki wpływające na realizację strategicznych celów organizacji z wykorzystaniem jej najcenniejszego zasobu, jakim są sami pracownicy.

**Grzegorz Filipowicz** – ekspert ZZL z 27-letnim doświadczeniem w obszarze rozwoju zawodowego, budowy systemów kompetencji oraz zarządzania efektywnością; Business Partner w ForFuture oraz Asseco Data Systems; prezes Polskiego Stowarzyszenia HR Business Partner; członek Kapituły programu Inwestor w Kapitał Ludzki. Jest autorem kilku książek, licznych publikacji oraz narzędzi HRMS. Zrealizował ponad 400 wdrożeń systemów kompetencji w firmach liczących od 30 do 40 tysięcy pracowników.



9788381608176 W02P01

**Zamówienia:**

infolinia 801 04 45 45, fax 22 535 80 01  
zamowienia@wolterskluwer.pl  
www.wolterskluwer.pl  
księgarnia internetowa www.profinfo.pl

cena 99 zł (w tym 5% VAT)

ISBN 978-83-8160-817-6



9 788381 608176

wydanie II