



התרופה לחברות ולתאגידים: איך למדוד ולנהל ביצועים במאה ה-21

מה שאנו צריכים בעצם, זה שמספר גדול של מנהלים יבינו, שיש צורך במדד חדש למציאות חדשה ♦ למזלנו, תרבות ומנהיגות, כמו גם מספר מדדי "איך" - כלומר, שיתוף פעולה, ערכים, השראה וחוסן - ניתן למדוד ♦ יש לנו מחקר המוכיח זאת

בכל 14 קטגוריות הביצועים, שנבדקו במחקר זה: 93% מהעובדים בארגונים עם רמת אמון גבוהה ומבוססי ערכים מצביעים על ביצועים פיננסיים טובים יותר מן המתחרים, לעומת 48% מן הארגונים הפועלים במשטר קפדני; עובדים הפועלים בארגונים עם סביבת אמון גבוהה עשויים להכפיל פי 22 את הסיכויים המטיבים עם העסק, אשר בסופו של דבר יכפילו פי 8 את רמת החדשנות, בהשוואה למתחרים; בנוגע לנאמנות, 92% מהעובדים בעסקים מבוססי ערכים ואמון מתכננים לעבוד בחברה במהלך השנה הקרובה, בהשוואה ל-46% מן העובדים בארגונים בעלי משטר קפדני; 99% מן החברות מבוססות אמון וערכים מדווחות על לקוחות מרוצים ביותר, לעומת 42% בארגונים קפדניים; בחברות מבוססות אמון וערכים, רק 24% מהעובדים הבחינו בהתנהגות

"אנו יודעים שהולך לך טוב, אם אתה עושה טוב", אומר **וורן קורמיייר**, נשיא קבוצת בוסטון ריסרץ' ואחד ממייסדי הפורום להתנהגות פיננסית - RAND, "זו לא תיאוריה - זו עובדה".

העובדה שאליה קורמיייר מתייחס היא מחקר פורץ דרך, המביא נתונים תומכים על אודות איך הארגונים שלנו באמת עובדים. התוצאות המופיעות ב"דו"ח האיך" הפוקו מניתוח סטטיסטי קפדני של כ-2 מיליון תצפיות של יותר מ-36,000 עובדים ב-18 ארצות, ממנהיגי הצווארון הלבן ועד אחרון הזוטרים. המחקר פותח על-ידי חברת LRN שבבעלותי, ונערך באופן עצמאי על ידי קבוצת המחקר של בוסטון, יחד עם חברת מחקר המידע הטכנולוגי והמרכז ליעילות ארגונית של אוניברסיטת דרום קליפורניה.



שלא אתית או לא ראויה, בהשוואה ל-47% בארגונים בעלי אמון נמוך וללא ערכים ממוקדים.

החדשות הרעות בדו"ח האיך? - רק חברה אחת מתוך 30 עומדת בתנאי סביבת ערכים ואמון. רק 11% מהארגונים מאמצים סביבה בעלת ערכים גבוהים, שבה העובדים מעודדים לקחת סיכונים, לקבל החלטות וליזום רעיונות הקשורים למוצרים, שירותים ותהליכים. רק 1 מתוך 5 משיבים

המחקר בדק כיצד משטר, תרבות ומנהיגות משפיעים על התנהגות וביצועים. החדשות הטובות בנושא הן, שלאחר שהתווכחו במשך שני עשורים כי עקרונות ורווחים משלימים זה את זה, תוצאות דו"ח האיך מוכיחות שזה נכון: חברות שנבנו עם ערכים ומבוססות על אמון, חוות יתרונות מהותיים מאשר מתחרותיהן. החברות שאופיינו על ידי "משטר עצמי" זכו לנקודות הרבות ביותר,