

”Det finns inga sanningar, bara åsikter.”

Det behövs mer **vilja** för **förändring**. **Det finns tyvärr** en tradition att gynna sig själv

“Sanningen är illa tåld. Därför är lögnen det man hör mest.”

Förändring handlar om att överleva. Förändring kan definieras som en individs, grups, organisations eller ett samhälles förmåga att *upptäcka, förstå, acceptera* och *ansvara* för att åtgärda brister eller ta till vara på nya möjligheter i syfte att öka chansen att överleva på lång sikt.

En förändring förutsätter ofta ett nytt beteende hos individer, eller en ny kultur hos en organisation. Svårigheten med förändring är att människor ofta känner oro över förändringar och har svårt att acceptera, än mindre en vilja att medverka till förändringar, om de inte leder till något bättre. Vad som är bra för en organisation behöver inte vara bra för individen.

En framgångsrik förändring förutsätter delaktighet och engagemang hos alla som berörs av förändringen. Förändringsarbeten i en organisation är en process, inte ett projekt. Stora förändringar tar tid, förutsätter mycket gott ledarskap och förmåga att kommunicera. Ledningens uppgift är att upprätta en förändringsstrategi, baserat på nuläget, en handlingsplan för att uppnå önskad målbild och en vision. För att förändringen ska kunna förverkligas måste ledningen lyckas med att sälja in förändringen i hela organisationen. Förändring skapas av medarbetarna, inte av ledningen.

Förändring är en grundförutsättning för överlevnad. Alla organisationer som inte förstår, kan, vågar eller har mod att förändras kommer att få se hur avkastningen på tillgångarna (ROA) minskar över tiden. I ett längre perspektiv, bara ett par år vid hög förändringstakt, innebär oförmåga till förändring hos en organisation att den försvinner från marknaden. Facit (räknemaskiner) och Hasselblad (kameror) är exempel på företag som uppvisade oförmåga att förändras när digitaliseringsvågen påbörjades.

Förändringsbehovet gäller alla organisationer oavsett bransch. Det är en myt att förändringstakten inte skulle vara hög inom alla branscher. För organisationer som har förmågan att ständigt befinna sig i den ”otrygga zonen” kommer avkastningen på tillgångarna att öka snabbare relativt konkurrenterna i samma bransch. Hur kan det då komma sig att många företagsledningar inte har en större vilja att förändra mera,

är rädda för förändring eller till och med motarbetar förändring? Vad är egentligen orsakerna bakom organisationers oförmåga att förändra?

När det gäller rädsla så handlar denna oftast om okunskap. Människor är rädda för det okända. Eftersom människan är "lat av naturen" och det är jobbigt att inhämta ny kunskap är det enklare att säga nej till förändring baserat på okunskap, utan insikt om möjligheter som just gick förlorade.

Det finns många exempel på rädsla att förändra i organisationer:

- På 1950-talet var företagsledningar rädda för att toaletten skulle stjäla för mycket av personalens tid och minska produktiviteten.
- På 1970-talet var företagsledningar rädda för att telefonen skulle slösa bort personalens tid och minska produktiviteten.
- I slutet på 1980-talet var företagsledningar rädda för e-post och IBM förbjöd till och med e-post.
- På 1990-talet var företagsledningar rädda för internet och idag är många företagsledningar rädda för sociala medier etc.

Tid för lärande saknas i många organisationer. Detta leder till ökad rädsla och oförmåga att förändra på grund av bristande kunskap vilket gör att värdet på tillgångar i form av produkter och tjänster minskar över tiden.

Motstånd till förändring beror också ofta på att förändring kan innebära minskad kontroll, maktskifte eller att förändringar inte gagnar enskilda medarbetare, avdelningar eller hela organisationer om de har gjort sig beroende av det nuvarande läget eller en förväntad arbetsbördan.

“Sanningen är illa tåld. Därför är lögnen det man hör mest.”