

ISTRAŽIVANJE

Prijatelji na poslu - DA ILI NE

Saša
Petar

će biti loši prema kolegama i u dobrim vremenima, neki će biti dobri suradnici i u vremenima najveće krize. Kad ih nevolje pritišću i cijede.

12 pitanja

Kada je 1950. godine George Gallup osnovao savjetničku tvrtku, koja će proslaviti njegovo prezime, zadao je svojim suradnicima da u narednih 50 (da, pedeset) godina nađu čim manji broj pitanja, na koje je moguće odgovoriti sa da i ne, čiji će odgovori svakom manageru u nekoliko minuta pokazati kakvo je stanje zadovoljstva, motivacije i kreativnosti među njegovim zaposlenicima. Nakon stotina tisuća ispitanih managera, testiranih pitanja i provjera u praksi, definirali su 12 pitanja, koja su objavljena godi u dana prije roka u knjizi „First, Break all the Rules“¹. Među 12 pitanja, koja su bila definirana da prate zaposlenike od prvih dana zapošljavanja do doba iskustva, bila su i pitanja „Znam li što se očekuje od mene?“, „Imam li priliku na poslu raditi ono što najbolje znam?“, „Je li mom šefu ili kolegama na poslu stalo do mene kao osobe?“, „Je li moj posao važan za ukupan uspjeh tvrtke?“ te „Tijekom protekle godine jesam li imao prilike za učenje i rast?“ no najviše iznenađenja izazvalo je pitanje broj 10, „**Imam li na poslu do-**

Negdje sam pročitao da kada cijediš naranču, možeš dobiti samo sok od naranče. Ili od jabuke, ako je jabuka u pitanju. Tako je i sa ljudima – kad dođu teška vremena, bit će ono što jesu. Neki

Ljudi kažu da na poslu ne trebate vjerovati nikome. Da je „čovjek čovjeku vuk“ i da je najbolji poslovni pristup „ubij sve i vrati se sam“. Drugi kažu da je bitno ostvariti dobre međuljudske odnose, jer oni pomažu kada ništa drugo neće. U proteklih trideset godina radnog staža naslušao sam se i jednih i drugih. Uvjerio se da ljudi mogu biti predivni i da mogu biti dno dna. Ponašanje jednog pojedinca u grupi može biti pravilo za sve ostale, a može biti iznimka.

brog prijatelja?“

Pokazalo se da beščutni, profitu orijentirani i „ljudi su potrošna roba“ kapitalizam nije tako crn kao izgleda. Odnosno, da pored organizacija koje su preša za cijedenje zaposlenika (i koje dugoročno ne opstaju, ali privremeno mogu udomiti neljudski orijentirane managere – o tome ću više u drugom članku), postoje i tvrtke koje smatraju da dobri međuljudski odnosi mogu pridonijeti poslovnim rezultatima i dugoročnom opstanku na tržištu. Da biste vidjeli razliku, pogledajte Disneyjev crtani film *Čudovišta iz ormara*² i usporedite količinu energije koju su skupili vrištanjem uplašene djece, a koliko skupljajući energiju veseloga dječjeg smijeha.

Emocije koje motiviraju zaposlenike

Emotivna veza između managera i zaposlenika, te između zaposlenika međusobno, koja omogućuje i donosi uspješno poslovanje tvrtke, iskazuje se kroz:

a) povjerenje – povjerenje je teško steći, a lako se gubi. No, ljudi koji si međusobno vjeruju, dovoljno da znaju da druga strana podjednako gleda na posao i shvaća da međusobnim podmetanjima samo sebi mogu nauditi (jer, rekli bismo, „veslaju u istom čamacu“ i svaki sukob okreće „čamac“ i „prevrće“ sve u vodu) svoje povjerenje prenose u stav prema kupcima, koji primaju poruku da se zaposlenicima tvrtke

¹ Marcus Buckingham and Kurt Coffman: First, Break all the Rules, Simon&Schuster, 1999.

² Monsters, Inc., 2001.