

Biste li mjerili povjerenje i lojalnost uporabom „detektora laži“?



John Lodder

18. travnja HINA je prenijela, za mene, šokantnu vijest o tvrtki koja je uporabila poligraf, *detektor laži*, da bi izmjerila lojalnost svojih djelatnika. Uprava tvrtke izjavila kako je to normalan postupak prilikom procjene lojalnosti radnika. "Svrha je procijeniti lojalnost rukovoditelja, njihovu lojalnost prema tvrtci... Sva su pitanja vezana isključivo za ovu tematiku. Vrlo često takva testiranja donose pozitivne ishode." Izjavio je direktor tvrtke.

Za mene je to očigledan primjer nepovjerenja.

Po mome mišljenju, ako kao rukovoditelj ne vjeruješ svojim djelatnicima i ne uspiješ u svojoj tvrtci stvoriti okruženje povjerenja i lojalnosti, *detektor laži* ti nika-

Nedavno je Uprava jedne hrvatske tvrtke uporabila poligraf, *detektor laži*, da bi izmjerila lojalnost svojih djelatnika. Tada su izjavili kako je to normalan postupak prilikom procjene lojalnosti radnika te da ne vide ništa sporno u uporabi istoga. Svi su djelatnici testirani na dobrovoljnoj bazi, a testiranje se moglo i odbiti bez ikakvih posljedica. U uspješnim se tvrtkama međuljudski odnosi temelje na povjerenju, poštenju i iskrenosti/otvorenosti, a ne na rezultatima s *detektora laži*.

ko ne može u tome pomoći.

Usput rečeno, znanstvenici i njihove udruge ne smatraju *detektore laži* pouzdanim i valjanim instrumentima.

Lojalnost je povjerenje

Povjerenje je prvi i daleko najvažniji uvjet za uspostavljanje i održavanje dobrih međuljudskih odnosa. Bez povjerenja nema lojalnosti, dakle, nema nikakvih odnosa.

To vrijedi u privatnom životu, u kojemu čvrsta veza između dva partnera, ili prijatelja, može postojati samo ako se izgradi na

vrijednostima kao što su povjerenje, poštenje, otvoreni razgovori i promjena. Ako su u osnovi ove vrijednosti, u odnosu može doći do neslaganja i diskusija a da pritom ne bude straha za postojanost samog odnosa.

Ah... biste li vi uporabili *detektor laži* prije negoli se obvezete u privatnom odnosu?

Ovo jednako tako vrijedi za odnose na poslu između uprave i djelatnika.

Naravno da je uprava najodgovornija za stvaranje lojalnosti i povjerenja u tvrtci, između uprave i zaposlenika!

No povjerenje je u osnovi odnosa i između vaše tvrtke i dobavljača i klijenata. Ako dobavljači ili klijenti ne vjeruju vašoj tvrtci ili vašim ljudima, istog ćete ih trenu izgubiti.

Organizacije niskog povjerenja

Organizacije u kojima je povjerenje (pre)nisko imaju neke zajedničke značajke što se tiče međuljudskih odnosa u samoj tvrtci, rezultata i produktivnosti:

- **Suvišnost:** zaposlenici lako dobiju otkaz jer ih uprava doživljava kao prijetnju. Ne zato što loše obavljaju posao, već zato što su npr. prepametni, imaju više iskustva no njihovi rukovoditelji, su previše otvoreni kada predlažu mjere poboljšanja, itd.

- **Birokratizacija:** procedure i pravila upravljaju poslom, a ne komunikacija i interakcija između uprave i djelatnika. Profesor John Whitney (Columbia Business School) kaže: 'Za sve treba više vremena ako ne vjerujete ljudima oko sebe; nepovjerenje dvostruko poskupljuje vaše poslovanje.'

- **Politika:** sastanci između uprave i djelatnika nisu otvorena razmjena mišljenja; nije im cilj zajedničko donošenje odluka; sve je unaprijed dogovoreno unutar



Povjerenje je "ljepilo" koje spaja društvo i regije.